

Issue 261 / Year 23 / September 2001
أيلول / سبتمبر 2001 / السنة الثالثة والعشرون / العدد 261

مؤتمر اقتصادي سعودي - لبناني في بيروت



بين بروكسل و باريس
يوسف شتوي يواجه "مؤامرة" جنون البقر



جوزيف طربيه:
وظائف جديدة لاتحاد المصارف العربية

جمال الهزيم: 5 أولويات للإستثمار في البحرين

"المخازن الكبرى" السعودية: نحو فرانشايز عربي



الغاز العربي الى الواجهة

الشركة العربية للصحافة والنشر والاعلام
ابيكو ش.م.ل.
يصدر عنها مجلة
الاقتصاد والأعمال

رئيس التحرير: رؤوف أبو زكي
المدير المسؤول: اميل خوري

The Arab Press for publishing and Inf. Co.
APPICO S.A.L. Publishes
Al-Iktissad Wal-Aamal
Arab Business Magazine

Editor - in - Chief:
RAOUF ABOU ZAKI

ADDRESS
Lebanon: Beirut, Minkara Center
P.O.Box: 113/6194 Hamra - Beirut 1103 2100
Tel: 740173/4 - 353577/8/9
Fax: 00 961 1 354952
Email: iktissad@iktissad.com

SAUDI ARABIA:
P.O.Box: 5157 Riyadh 11422
Tel: 4778624 - Fax: 4784946
Email: aiwaksa@nesma.net.sa

U.A.E:
P.O.Box: 55034 Dubai
Tel : (971-4) 2941441
Fax: (971-4) 2941035
Email: aiwa@emirates.net.ae.

FRANCE:
22 Rue La Boetie 75008 Paris
Tel: (33-1) 42 66 92 71
Fax: (33-1) 42 66 92 75

سعر العدد
• لبنان 6000 ل.ل • سوريا 150 ل.س • الاردن 3 دينار
• العراق 4 دينار • السعودية 25 ريالا • الكويت 2 دينار
• البحرين 2 دينار • قطر 25 ريالا • الامارات 25 درهما
• عمان 2 ريال • اليمن 500 ريالا • مصر 8 جنيهات
• السودان 3 جنيهات • ليبيا 5 دنانير • تونس 2 دينار
• المغرب 50 درهما • الجزائر 200 دينار.

• CYPRUS 3LC • AUSTRALIA $ 10 Aus.
• U.K. 3LS • CANADA $8 • FRANCE 30 F.F.
• GERMANY 14 D.M. • GREECE 400 Drachma
• ITALY 10000 Lir • SPAIN 1000 Peseta
• SWITZERLAND 14 F.S. • U.S.A. $ 7.

الاشتراك السنوي 100 دولار اميركي



التوزيع: الشركة اللبنانية لتوزيع الصحف والمطبوعات



هذا العدد

"الغاز الطبيعي العربي في الواجهة". هذا عو عنوان الموضوع الرئيسي لهذا العدد من "الاقتصاد والأعمال". ويأتي هذا المقال الشامل ليسلّط الضوء على هذه الثروة التي يملكها العرب سواء في الخليج العربي أم في شمال افريقيا، والتي تقدّر، واستناداً الى الاحتياطات المكتشفة بنحو ثلث الاحتياط العالمي من الغاز.

كما يتزامن صدور هذا التقرير الشامل عن الغاز في وقت تتزايد المشاريع والأفكار المطروحة إما لإنتاج الغاز أو لإنشاء أنابيب تؤمن نقله وتوزيعه. فالسعودية تستعد لفورة غاز مماثلة لفورة النفط كما يصفها البعض، وقطر تتّجه أنظارها نحو غاز الشمال، والامارات تستعد لمشروع "دولفين" الحيوي. وفي مصر نشاط حكومي مكثّف من أجل زيادة إنتاج الغاز وإبرام بعض الإتفاقيات لبيعه.. وكذلك الأمر بالنسبة إلى الجزائر العريقة بإنتاج وتصدير الغاز إلى اوروبا.

ان هذه الشبكة المترابطة من الثروة الغازية لا تخبّىء تحتها إحتياطات مكتشفة، بل تخبّىء موارد غير مكتشفة من شأنها أن تزيد في أهمية العالم العربي في سوق الغاز العالمي.

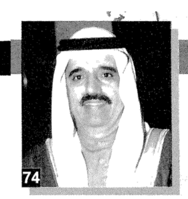
إلاّ أن هذه الأهمية لا يمكن أن تستمد من الإحتياطي المبرهن أو غير المبرهن وحسب، بل تأخذ هذه الأهمية أبعادها من خلال الإنتاج والتصدير. فالغاز العربي: احتياطات ضخمة وإنتاج قليل.

من هنا، فإن تخصيص الموضوع لهذا العدد للحديث عن الغاز، إنما هو محاولة لتسليط الأضواء على المعوقات التي تحول دون زيادة الإنتاج وبالتالي زيادة التصدير. فإنتاج الغاز يتطلب إستثمارات ضخمة، كذلك فإن نقله يفترض توافر شروط معينة تؤمّن له القدرة التنافسية مقارنة مع أسعار الغاز العالمية الأخرى. ولا شك في أن كل ذلك يتطلّب وجود ستراتيجية عربية حول الغاز إنتاجاً وتصديراً وتسويقاً.

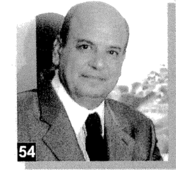
الاقتصاد والأعمال

أيلول / سبتمبر 2001 / العدد 261

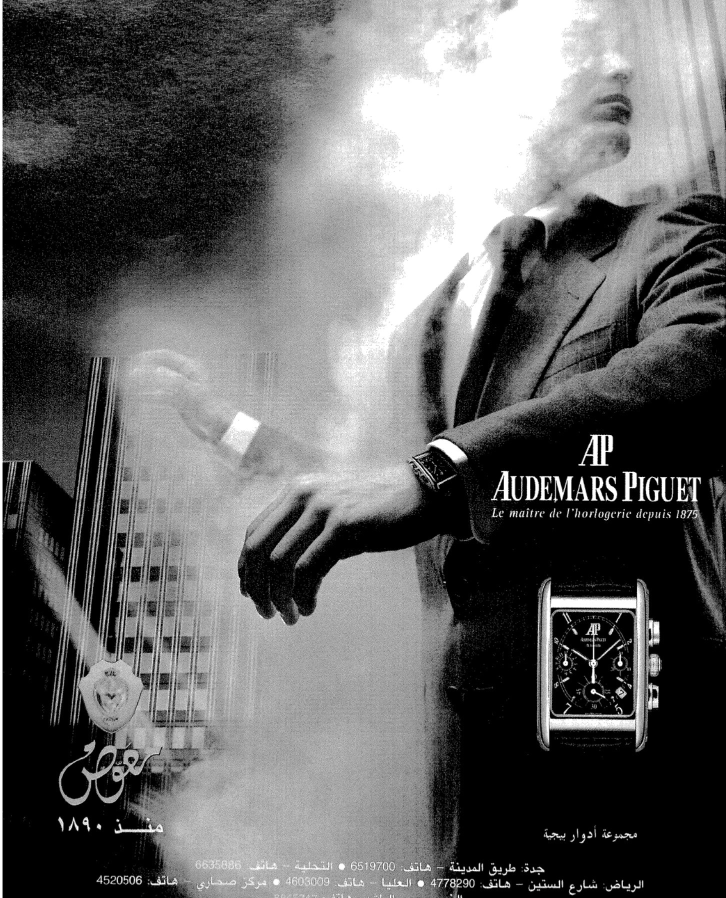
المحتويات


74


50


54


84


AP
AUDEMARS PIGUET
Le maître de l'horlogerie depuis 1875
معوض
منذ ١٨٩٠
مجموعة أدوار بيجية
جدة: طريق المدينة – هاتف: 6519700 ● التحلية – هاتف: 6635886
الرياض: شارع الستين – هاتف: 4778290 ● العليا – هاتف: 4603009 ● مركز صحاري – هاتف: 4520506
الخبر: مجمع الراشد - هاتف: 8945747
الموزعون: جدة – مجوهرات الثبيتي: 6612828 ● المدينة المنورة – مجوهرات الغسّال: 8210549
www.mouawad.com

المؤتمر الأول لرجال الأعمال السعوديين واللبنانيين في بيروت

العلاقات السعودية – اللبنانية نموذج للتعاون المتبادل

تحتضن بيروت بين 19 و 20 أيلول/ سبتمبر الجاري (فندق فينيسيا انتركونتيننتال) المؤتمر الأول لرجال الأعمال السعوديين واللبنانيين، الذي يقام برعاية رئيس مجلس الوزراء رفيق الحريري، ويتوقّع أن يحضره أكثر من 300 رجل أعمال ومستثمر من الجانبين.

المؤتمر الأول لرجال الأعمال السعوديين واللبنانيين هو باكورة نشاط مجلس الأعمال السعودي اللبناني الذي انبثق من التعاون المستمر بين اتحاد غرف التجارة والصناعة والزراعة في لبنان ومجلس الغرف التجارية الصناعية السعودية.

ولا شك في أن انعقاد هذا المؤتمر وفي هذا الوقت بالذات، يأتي ليشكل دليلاً على مدى الفرادة والتميز اللتين تتسم بهما العلاقات السعودية اللبنانية التي تكاد تكون نسيجاً وحدها، ضمن خريطة العلاقات الثنائية بين البلدان العربية في ما بينها أو بين أي بلد عربي وبلد غير عربي.

والعلاقات السعودية – اللبنانية التي ترقى إلى أوائل الخمسينات وربما إلى أواخر الأربعينات مع بداية اغتراب الرعيل الأول من اللبنانيين، لا يمكن أن يعكسها مؤتمر مهما كان حجمه، ولا يمكن أن يعبّر عن شموليتها وتنوّعها جدول أعمال مهما اتسعت موضوعاته.

سياسة – إقتصادية

ولا شك أن الإطار السياسي الذي احتضن العلاقات بين البلدين اتّسم على الدوام بالتفهم والتفاهم والتعاون المتبادل، الأمر الذي مكّن الجانبين من تجاوز أي سوء تفاهم ومعالجة أي حادث من شأنه أن يعكّر صفو العلاقات بينهما.

وربما تكون متانة هذه العلاقات ناتجة من البعد الإنساني الذي كان أساسها الأول. فمع هجرة الرعيل الأول من اللبنانيين إلى المملكة مع بدايات استقلالها، وارتباط هؤلاء بصداقات مع عدد من السعوديين الذين أصبح لهم موطئ قدم في لبنان، تشكّلت هذه القاعدة للتعاون بين الشعبين وراحت تتسع يوماً بعد يوم حتى وصلت إلى ما وصلت إليه اليوم.

كما يلاحظ أن العلاقات السعودية – اللبنانية أثمرت تعاوناً وثيقاً بين البلدين إلى حد بات يمكن القول معه أن المملكة العربية السعودية كانت ولا تزال العمق الحقيقي للإقتصاد اللبناني وعامل الصمود الأول له في شتى الظروف والأحوال.

فخلال سنوات الأحداث فتحت المملكة ذراعيها لاستقبال آلاف اللبنانيين الذين لجأوا إلى المملكة بحثاً عن فرصة عمل

التبادل التجاري بين لبنان والسعودية (القيمة مليون دولار)

السنة	الصادرات	النسبة %	الواردات	النسبة %	الميزان التجاري
1993	60.5	3.39	69.4	1.44	8.9-
1994	87.2	5.24	83.7	1.40	3.5
1995	91.3	1.07	126.0	1.73	-34.7
1996	138.7	3.64	112.4	1.49	26.3
1997	96.9	5.09	122.7	1.65	-25.8
1998	87.0	2.15	122.6	1.74	-35.6
1999	70.9	0.48	102.6	1.65	-31.6
2000	77.7	0.88	165.0	2.65	-87.3

المصدر: المديرية العامة للجمارك.



في المؤتمر الصحفي في بيروت للإعلان عن المؤتمر، ويبدو عدنان القصار وعبد الرحمن الجريسي يتوسطان المهندس أسامة الكردي (اليسار) ورؤوف أبو زكي

ضيّعتها الأحداث... وقد كان لهذه المبادرة السعودية كبير الأثر في دعم الإقتصاد اللبناني خلال تلك السنوات العجاف.

6 عناوين

أما الحديث عن عمق وتنوع العلاقات السعودية فيضيق المجال فيه، لكن يمكن التطرق إليه من خلال المؤشرات الستة الآتية:

أولاً: كانت السعودية ولا تزال السوق الرئيسية وربما الأولى للصادرات الصناعية اللبنانية حيث استأثرت بنحو خمس هذه الصادرات على مدى الأعوام الماضية، وهي بلغت من حيث القيمة نحو 85,3 مليار ليرة لبنانية في العام 2000 وقد تبلغ المئة مليار هذه السنة.

ثانياً: منذ عودة الاستقرار إلى لبنان، ونتيجة للنهضة الصناعية التي حقّقتها المملكة، أصبح التبادل التجاري بين البلدين في الاتجاهين، حيث تحقّق الصادرات السعودية إلى لبنان نمواً مطرداً منذ أواسط الثمانينات، إذ تتجاوز قيمتها حالياً الـ 250 مليون ريال. وتشارك السعودية بفعالية وبصورة مستمرة في المعارض اللبنانية للتعريف بمنتجاتها وتعيين وكلاء أو موزّعين أو شركاء محليين لها.

ثالثاً: تشكّل السعودية السوق الأولى للسياحة في لبنان حيث شكّل عدد الزوّار منها إلى لبنان نحو 13,3 في المئة في العام 2000، ومن المتوقّع أن ترتفع هذه النسبة في العام 2001.

رابعاً: تحتضن المملكة ومنذ عقود عدة جالية لبنانية كبيرة وفاعلة يقدّر عددها بنحو 150 ألف لبناني يعملون في مختلف القطاعات، وقد أسهم اللبنانيون في النهضة العمرانية والإنمائية الشاملة التي حققتها المملكة. ولا تزال هذه الجالية تشكل رافداً أساسياً للإقتصاد اللبناني من خلال التحويلات المتواصلة.

خامساً: يشكل السعوديون أكبر جهة مستثمرة في لبنان، حيث أن حركة الإستثمارات السعودية فيه بدأت في الخمسينات واستمرت خلال سنوات الحرب، ونشطت كثيراً منذ عودة الاستقرار الأمني وقد توجّهت هذه الإستثمارات نحو قطاعات مختلفة لا سيما المصارف، المال، السياحة، الصناعة والعقارات. ويمكن القول أن الإستثمارات السعودية المباشرة وغير المباشرة في لبنان تتجاوز قيمتها الملياري دولار.

سادساً: أخيراً وليس آخراً، تجدر الإشارة إلى الدور الكبير والحيوي للسعودية في عملية إعادة الإعمار والإنماء سواء من خلال المساعدات المباشرة التي قدمتها حكومة خادم الحرمين الشريفين الملك **فهد بن عبد العزيز**، أم من خلال القروض الميسّرة التي وفرّها الصندوق السعودي للتنمية أم من خلال الإيداعات في مصرف لبنان.

مجموعة الخرافي في سورية تنفيذ أوتوستراد واستثمار فندق بلودان

"الفندق الكبير" في مصيف بلودان السوري استثمرته مجموعة الخرافي الكويتية لمدة 25 سنة.

يعود الفندق الى أيام الانتداب الفرنسي على سورية ويمتد على عقار مساحته 70 ألف م2 في وسط هذا المصيف المميز.

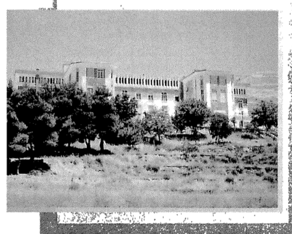
وقد وضع مكتب المهندس **بول انطونيوس** كافة الخرائط لإعادة ترميمه قبل افتتاحه مطلع الصيف المقبل بكلفة قاربت الـ 5 ملايين دولار أميركي.

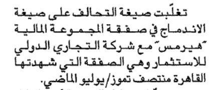
من جهة أخرى، تقوم مجموعة الخرافي الكويتية بتنفيذ الأوتوستراد الذي يربط مدينة اللاذقية السورية بتقاطع أوتوستراد حلب – الشام عند مدينة أريحا، ويعتبر هذا المشروع، الذي يتطلّب 4 سنوات لإنجازه من المشاريع الضخمة في المنطقة، بحيث بلغ طوله نحو 98 كلم بكلفة تبلغ نحو 182 مليون دولار أميركي.

إلى ذلك، يكتسب الأوتوستراد الجديد أهمية كبيرة، خصوصاً وأن الطريق الحالي يعود إلى أيام الانتداب الفرنسي ويُعرف بطريق الموت لكثرة الحوادث التي يشهدها.

يتضمّن المشروع نحو 120 جسراً من الحجم الكبير والصغير، لوحات إرشادية، وحواجز حديدية على جوانب الطرق. وقد تكفّل بتمويله كل من الصندوق الكويتي للتنمية، الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي والحكومة السورية.

تصاميم المشروع كانت قد وضعتها شركة إيطالية Mott Sauti في أوائل الثمانينات، ثم قامت شركة خطيب وعلمي اللبنانية بإعادة دراسة بعض الأمكنة فيه العام 1999، خصوصاً أماكن المحولات والعقد، وتتولى حالياً الإشراف عليه.





صفقة هيرمس - التجاري الدولي

التحالف بدلاً من الاندماج

حسين عبد العزيز

تغلّبت صيغة التحالف على صيغة الاندماج في صفقة المجموعة المالية "هيرمس" مع شركة التجاري الدولي للاستثمار وهي الصفقة التي شهدتها القاهرة منتصف تموز/يوليو الماضي.

فقد فضّل شركاء الصفقة أن تظل كل شركة محتفظة باستقلاليتها على أن تجمع بين الاثنين مرجعية واحدة – شركة أم – تكون مهمتها تخطيط السياسات والستراتيجيات وإدارة علاقة التعاون بين الشركتين في حالة وجود مهام مشتركة.

وهكذا جاءت الصفقة الفريدة من نوعها في السوق المصرية على النحو التالي... أن تشتري شركة التجاري الدولي للاستثمار 30 في المئة من أسهم "هيرمس" في مقابل أن تشتري "هيرمس" 70 في المئة من رأس مال التجاري الدولي للاستثمار.

وقال **حسين عبد العزيز** نائب رئيس البنك الأهلي ورئيس مجلس إدارة شركة التجاري الدولي للاستثمار لـ"الاقتصاد والأعمال" أن ما حدث لا يمكن اعتباره اندماجاً وإنما تحالف بين أقوياء ونموذج لمحاكاة ما يحدث في الخارج وليس استحواذاً من جانب طرف قوي على طرف ضعيف بل العكس تماماً، فكل من الطرفين يتميز بالقوة في مجال معين.

وأوضح **عبد العزيز** أن من أهم الأسباب التي أدّت إلى تحالف التجاري الدولي مع "هيرمس" يتمثّل في أن كلاً من الشركتين تمتعتا خلال السنوات الأخيرة بالريادة في مجال معين من مجالات الاستثمار. فقد تميّزت شركة التجاري الدولي للاستثمار في سوق الـ Private Equity Business، بينما تميّزت شركة المجموعة المالية "هيرمس" القابضة في أعمال Investment Banking "بنوك الاستثمار". وتحالف المؤسستين معاً سيؤدي إلى تكاملهما وإنشاء كيان قوي قادر على الحصول على شريحة أكبر من السوق المصرية والأسواق الشرق أوسطية والتوسّع في مجال الاستثمار المباشر والخدمات المالية الأخرى مثل التوريق، كما تتمتع كل شركة من الشركتين بعدد من نقاط القوة التي تجعل الكيان الجديد يتمتع بهذه القوة.

من هذه النقاط تتميز شركة التجاري الدولي للاستثمار بمركز مالي قوي ومحفظة كبيرة متنوعة والقدرة على الحصول على تدفقات نقدية ورقابة إدارية محكمة وانخفاض هيكل التكاليف، في المقابل تتميز المجموعة المالية "هيرمس" بالإسم التجاري القوي والقوة المحلية مع وجود اتصالات دولية، فضلاً عن كونها الأولى في مجال السمسرة محلياً وتتمتع بإدارة متخصصة قوية تدر لها دخلاً ثابتاً عن أعمال إدارة الأصول.

وأكّد **حسين عبد العزيز** أن التحالف يعني إدارة بفكر واحد ويؤدي إلى مزيد من القوة في السوق ولا يهدف أبداً للاحتكار أو السيطرة، إنما يسعى في الأساس للتميّز في أداء الخدمة خصوصاً أنه في بعض الأحيان تكون هناك عروض للطرح داخل مصر وخارجها أو طرح لشركة من الشركات الكبيرة للخصخصة، بالتالي فإنه حينما يمتلك الشريك الجديد لمواهب عدة يتمكّن من إنجاح عمليات الطرح بأفضل سعر ممكن، وبالتالي يتمّ بيع الأصل بسعر مميز وعادل.

وعما إذا كان سيتضمّن التحالف الجديد تغييراً في شكل الإدارة سواء في التجاري الدولي أو "هيرمس" قال: "ما حدث أننا دخلنا معاً في الشركة الأم ولم نذب في كيان واحد، فهناك تبادل في الأفكار بما يؤدي إلى عمق ستراتيجي لهما في السوق".

توسّع إقليمي

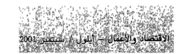
وعن خطة توسّع الشركة بعد هذا التحالف وهل ستشهد الفترة المقبلة نشاطاً للشركة في المنطقة العربية أجاب: "لدينا خطة للتوسّع الإقليمي بحيث تمد الشركة نشاطها للخارج خصوصاً للأسواق العربية لتغطي أي طروحات طالما توفر للشركة العمق الستراتيجي، فضلاً عن وقوف عدد من البنوك القوية خلف الشركة لو احتاجت لتمويل، خصوصاً أنه في بعض الأحيان تكون هناك شروط مالية صعبة لضمان حسن الأداء، في هذه الحالة ستجد الشركة الدعم والمساندة لها من قبل البنوك القوية".

وحول تأثير أوضاع البورصة المصرية في المرحلة الراهنة على أداء التجاري الدولي للاستثمار، قال **حسين عبد العزيز** رئيس الشركة: "إن الشركة أساساً تعمل في العديد من المجالات كالمساهمات المباشرة في المشروعات الجديدة وتدوير المحافظ، فضلاً عن القيام بعمل شركات السمسرة، بمعنى آخر الشركة لها أكثر من ذراع وهذه الأذرع تمكّنها من التحرّك في العديد من الاتجاهات... السمسرة... إدارة صناديق الاستثمار... الاستشارات المالية، بالتالي لو حصرت الشركة نفسها في مجال معين لكانت حققت خسائر. ومن حسن الحظ أن التنوّع في الأنشطة يمكّن الشركة من الاستمرار وتحقيق الربح لأنه لو تقلّص نشاطها في قطاع معين من الممكن أن تمارس النشاط في قطاع آخر، ولعل من أهم الأنشطة الدخول في شركات جديدة، ما يسمح بالدخول على السهم في بدايته ليتجه للنمو والنشاط وتزداد قوته بمرور الزمن، ما يزيد من قيمة محفظة الشركة أوتوماتيكياً".

مصر: مصنع جديد لإنتاج الطلمبات

تقوم هيئة البترول المصرية حالياً بدراسة إنشاء مصنع لإنتاج الطلمبات في منطقة السويس باستثمارات مشتركة بين قطاع البترول ووزارتي الإنتاج الحربي والصناعة وبعض المستثمرين العرب، وذلك لتوفير احتياجات الصناعات البترولية من الطلمبات وقطع الغيار اللازمة لقطاع البترول والتي تصل إلى 50 ألف طلمبة في العام.

وقال مصدر مسؤول في وزارة البترول أن 25 في المئة من إنتاج المصنع ستوجّه للتصدير.



الغرفة العربية اليونانية تحتفل بالذكرى الـ 20

أقامت الغرفة العربية اليونانية للتجارة والتنمية حفل عشاء حاشد في فندق انتركونتيننتال / أثينا لمناسبة مرور 20 عاماً على بدء عملها.

حضر الحفل العديد من الرسميين العرب واليونانيين يتقدمهم وزير الدفاع **أكيس تسوخاتزوبولوس** الذي أشاد بالصداقة التي تربط اليونان بالدول العربية وبالدور الذي تلعبه الغرفة في هذا المجال.

كذلك شارك في الحفل الأمين العام لاتحاد الغرف العربية **د. الياس غنطوس** الذي قال "أن الاتحاد يعلق أهمية كبيرة على هذه الغرفة التي استطاعت المساهمة في تطوير وتنمية العلاقات الإقتصادية والتجارية بين العالم العربي واليونان.

كما تحدّث عميد السلك الديبلوماسي العربي سفير دولة فلسطين **عبدالله عبدالله** فأشار إلى سجل الغرفة الحافل بالنجاحات على الرغم من الصعوبات الموضوعية التي واجهتها والتي هي خارجة عن إرادتها".

أما أمين عام الغرفة **محمد السيد** فرأى في هذه المناسبة "علامة مضيئة لجدوى العمل المشترك بين جانبين صديقين"... منوهاً برعاية وزير الدفاع الذي وصفه بأنه "الصديق النبيل الذي كان وما زال مواكباً للعلاقات العربية منذ ربع قرن، ثابتاً عليها ومعززاً لها في كل المواقف، مؤمناً ببعدها الستراتيجي...".

رأس مالها 50 مليون دولار فتح باب الاكتتاب في "العربية للتجارة والتسويق"

القاهرة – محمود عبد العظيم

تستعدّ إدارة الشركات والاتحادات في مجلس الوحدة الاقتصادية العربية لفتح باب الاكتتاب في أسهم الشركة العربية للتجارة والتسويق – تحت التأسيس – خلال الأسابيع القليلة المقبلة.

وكانت اللجنة التأسيسية للشركة عقدت سلسلة من الاجتماعات في مقرّ مجلس الوحدة الاقتصادية في القاهرة لبحث ترتيبات وإجراءات الدعوة لعملية الاكتتاب.

ومن المنتظر أن يتمّ سداد نصف قيمة الأسهم خلال شهر من تاريخ الاكتتاب على أن يسدّد باقي قيمة الأسهم خلال 5 سنوات وفق ما تحدّده الجمعية العمومية للشركة. وينصّ النظام الأساسي للشركة على أنه يشترط في عضوية مجلس الإدارة أن تكون أسهم المرشّح للعضوية لا تقل عن 500 سهم باستثناء ممثل مجلس الوحدة.

وقال **د. أحمد جويلي** الأمين العام لمجلس الوحدة الاقتصادية لـ"الاقتصاد والأعمال" أن الشركة تقام تحت رعاية اتحاد المستثمرين العرب الذي أعدّ مجموعة من الدراسات لشكل الشركة وطبيعة عملها والخطوات العملية، مشيراً إلى أن رأس مال الشركة المقترح 50 مليون دولار.

وقال أن الشركة الجديدة ستحصل على كافة الامتيازات التي تكفلها الاتفاقات الاقتصادية العربية مثل فض المنازعات الاستثمارية وحرية انتقال رأس المال والتحويلات وحرية التوظيف وحماية الاستثمار، إلى جانب كافة الامتيازات التي تتمتع بها الشركات المشتركة مثل الإعفاء من الرسوم والجمارك.

وأوضح **د. جويلي** أن من أهداف الشركة المزمع إقامتها إجراء صفقات تجارية بين الدول الأعضاء من خلال شبكة القطاع الخاص، كما ستقوم الشركة بتنشيط التبادل التجاري والتنمية الاقتصادية في جميع المجالات والأنشطة المختلفة خصوصاً في مجالات المعلومات والتكنولوجيا، وأن الشركة ستتعاون مع الصناديق العربية الأخرى التي تنفذ برامج تنموية.

وقال أن الشركة ستكون قابضة متعددة الأغراض وستقوم إلى جانب دورها الأساسي بالترويج للمنتجات العربية وتنظيم المعارض والمراكز التجارية وخدمات الشحن والنقل والتخزين والتوزيع والتعبئة والتغليف وشراء حقوق المعرفة والتكنولوجيا.

د. أحمد جويلي

الاتحاد العربي للشركات

قرّر الاتحاد العربي للشركات عقد اجتماع مجلس إدارته المقبل في تونس بين 10 و15 تشرين الأول/ أكتوبر وذلك على هامش اجتماع الاتحاد الدولي للمؤسسات والشركات.

وسيتمّ في الاجتماع البحث في إمكانية انضمام الدول العربية غير الأعضاء إلى الاتحاد الدولي والتي تشمل الإمارات، قطر، الأردن ولبنان.

مؤتمر استثماري مصري - ألماني

تستضيف القاهرة في الحادي والعشرين من شهر تشرين الأول/ أكتوبر المقبل ولمدة يومين المؤتمر الاقتصادي الألماني – العربي بمشاركة عدد كبير من الوزراء المعنيين من مصر وألمانيا والدول العربية، بالإضافة إلى رؤساء كبريات الشركات والهيئات التمويلية ومنظمات الأعمال العربية والألمانية وهيئات المعونة الألمانية والأوروبية.

وقال **د. بيتر جويفريتش** المدير التنفيذي للغرفة الألمانية العربية للصناعة والتجارة التي تنظم المؤتمر بمناسبة احتفالها بيوبيلها الذهبي أن المؤتمر يستهدف وضع الستراتيجيات لتطوير العلاقات العربية – الألمانية وتقييم العلاقات الاقتصادية والتجارية بين ألمانيا والدول العربية، فضلاً عن تقييم فرص الاستثمار من مختلف القطاعات وبحث آفاق إقامة شركات جديدة وطرق دعمها عن طريق برامج المعونة وهيئات التمويل الدولية المختلفة.

وأكّد **جويفريتش** أن هذا المؤتمر يعدّ بمثابة فرصة لتقييم الاستثمارات الألمانية في المنطقة العربية وتحديد فرص الاستثمار المستقبلية حيث أنه سيناقش موضوعات ذات أهمية بالنسبة للاتجاهات الاقتصادية الجديدة والمشروعات الكبرى المزمع تنفيذها ومستقبل السياحة في المنطقة، وتأثير "اليورو" على العلاقات العربية الأوروبية المستقبلية.

بنك لبنان والمهجر
"أكبر مصرف في لبنان"
ميّزات أعمال الستة أشهر الاولى من العام ٢٠٠١

أرباح النصف الاول من ٢٠٠١: ٣٩,٤٨ مليون دولار اميركي

تميّز النصف الاول من العام ٢٠٠١ مقارنة مع النصف الاول من العام ٢٠٠٠ بما يلي:

سيولة متزايدة بالغة الارتفاع

يتبع المصرف في الظروف الحالية المزيد من الحيطة على صعيد السيولة.
فبالنسبة للسيولة النقدية الصافية بالعملات الاجنبية فقد إرتفع حجمها بمعدّل ٢٨,٨٢٪ وبلغت نسبتها ٤٦,٨٢٪ أي أكثر من ثلاثة اضعاف المعدل المطلوب من مصرف لبنان . وإذا اخذنا بعين الاعتبار سندات الدين المتداولة بالاسواق الدولية ، ترتفع نسبة الاموال الجاهزة الى ٧٤,٩٣٪.
أما بالنسبة لليرة اللبنانية، فلقد إستمرّ المصرف بالحفاظ على سيولة جاهزة تفوق مجموع ودائع الزبائن بنفس العملة على اعتبار ان سندات الخزينة بالليرة اللبنانية قابلة للتسييل عند الضرورة من قبل مصرف لبنان.

المحافظة على مستويات ربحية مّميزة

رغم أعباء السيولة النقدية المتزايدة، حافظ المصرف على مستوى الارباح الصافية إذ بلغ مجموعها ٣٩,٤٨ مليون دولار أميركي مقابل ٣٩,٢٥ مليون دولار أميركي خلال النصف الاول من العام ٢٠٠٠.
ولقد تمكن المصرف من تحقيق هذه النتائج المّميزة في ظل اتجاه عام تراجعي في هذا الشأن منذ مطلع عام ٢٠٠٠. ويعود ذلك الى إستمرار المصرف بإتباع :

- سياسة ضبط المصاريف والاعباء حيث إنخفضت نسبة مجمل المصاريف الى مجمل الايرادات بحوالي ٤٠٪ منذ اربع سنوات.
- سياسة محافظة في التسليف مما ادى الى انخفاض نسبة الديون المشكوك بتحصيلها من مجموع التسليفات الى ٦,٢٢٪ بينما تقدّر هذه النسبة بما يزيد عن ١٥٪ لمجمل القطاع المصرفي.

تعزيز بنك لبنان والمهجر لمركزه الطليعي في الموجودات والودائع

إرتفعت موجودات المصرف بنسبة ٨,٠٤٪ لتبلغ ٥,٨٨٢ مليار دولار اميركي في نهاية حزيران ٢٠٠١ وارتفعت ودائع الزبائن بنسبة ٩٪ خلال الفترة نفسها لتبلغ ٥,١٨١ مليار دولار اميركي .

إنفراد بنك لبنان والمهجر بأعلى تصنيف محلي -A لقوة ومتانة المصرف الذاتية

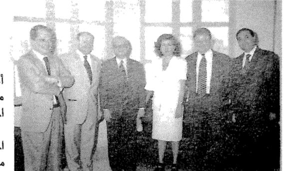
إستمر بنك لبنان والمهجر بهذا التصنيف المميّز وفقاً" للنشرة الأخيرة الصادرة بتاريخ ٢٠٠١/٦/٣٠ عن مؤسسة كابيتال انتاليجنس(Capital Intelligence) المتخصّصة بتقييم المصارف في الشرق الاوسط.

إختيار بنك لبنان والمهجر "أفضل مصرف في لبنان" من قبل يوروماني (Euromoney).

كبرى المؤسسات الاعلامية العالمية المختصّة بالشؤون الماليّة والمصرفية.



راحة البال



اتحاد لمصارف الدول الفرنكوفونية

زار ستيف جنتيلي الرئيس العالمي للمنتدى الفرنكوفوني للأعمال ورئيس مجموعة البنوك الشعبية في فرنسا، مقر جمعية مصارف لبنان حيث استقبله رئيس الجمعية فريد روفايل وبعض أعضاء مجلس الإدارة في حضور رؤساء مجالس إدارة المصارف الفرنسية أو ذات المساهمات الفرنسية العاملة في لبنان.

وأوضح جنتيلي في هذه الزيارة أن المنتدى الفرنكوفوني للأعمال ينوي عقد مؤتمره على هامش قمة الدول الفرنكوفونية التي ستُعقد في بيروت خلال الخريف المقبل، وأنه بدأت تُرفع إلى هذا المؤتمر توصيات عدة بينها توصية بإنشاء اتحاد لمصارف الدول الفرنكوفونية. ومن المقترح أن يتمّ اختيار بيروت مركزاً له، فرحّب رئيس جمعية المصارف بهذا الاقتراح موضحاً أن مجلس إدارة الجمعية سيتبناه بقوة، كونه ينصبّ في سياق تعزيز مكانة لبنان الإقليمية والعالمية على الصعيدين المالي والمصرفي.

رفض عرض ستاندرد تشارتر لحصة الأغلبية في "المصري الأمريكي"

أعلن البنك المصري الأمريكي رسمياً رفض عرض الشراء الذي تقدم به بنك ستاندرد تشارتر البريطاني لشراء 71 في المئة من أسهم البنك.

وأرجعت مصادر في البنك رفض الصفقة إلى تدنّي قيمة العرض الذي تقدم به البنك البريطاني حيث حدّد سعراً للسهم بنحو 51 جنيهاً، بينما كانت التوقعات تدور حول 70 جنيهاً للسهم.

وترتّب على رفض العرض تراجع سعر السهم في بورصة القاهرة ليقفل على 45 جنيهاً يوم 2 آب/ أغسطس بمعدل انخفاض 10 في المئة وذلك بعد رحلة صعود استمرت لنحو ثلاثة أشهر كان سجّل السهم خلالها نمواً متواصلاً في قيمته استناداً لتوقعات بيع البنك لإحدى المؤسسات المالية العالمية كمستثمر رئيسي.

وكان بنك الإسكندرية وبنك أمريكان اكسبرس طرحا حصتهما في البنك المصري الأمريكي للبيع قبل أشهر عدة. وأفاد مصدر مسؤول في البنك المصري الأمريكي أنه بعد رفض عرض ستاندرد تشارتر، سيبدأ التفاوض مع عروض جديدة لبيع الحصة.

تعيينات جديدة في قطاع البترول المصري

أصدر د. سامح فهمي وزير البترول حركة تعيينات جديدة بهدف تطوير قطاع البترول وإعداد جيل من الكوادر الشابة لشغل المناصب القيادية.

شملت الحركة تعيين المحاسب عبد الفتاح أبو زيد رئيساً لشركة الخدمات التجارية البترولية ووفيق زغلول نائباً لرئيس الشركة نفسها، والمحاسب صلاح عبد الحكيم نائباً لرئيس الهيئة المصرية العامة للبترول لشؤون التجارة الخارجية، والكيميائي عبد اللطيف السمان مساعداً لرئيس شركة النصر للبترول في السويس، والمهندس محمود لطيف رئيساً للشركة المصرية للغازات الطبيعية "جاسكو".

وأصدر وزير البترول قراراً بتشكيل المنطقة الجغرافية البترولية في محافظتي الإسكندرية والسويس.

وقد تمّ اختيار الكيميائي محمد عبد الله رئيس شركة البتروكيماويات المصرية رئيساً للمنطقة الجغرافية البترولية في الإسكندرية، بينما شُكّلت المنطقة الجغرافية البترولية في السويس برئاسة الكيميائي محمود مفيد رئيس شركة النصر للبترول.

ويضمّ التشكيل رؤساء مجالس إدارات الشركات البترولية العاملة في كل منطقة جغرافية، ويكون من اختصاص المجلس القيام بمراجعة اشتراطات السلامة والبيئة والأمن الصناعي بمواقع الشركات داخل كل منطقة وإعطاء شهادات صلاحية لجميع الشركات الواقعة داخل نطاق المنطقة.

ستقوم هذه المجالس بالتنسيق في ما بين الشركات العاملة في المنطقة وبين الجهات الرسمية، إضافةً إلى إبلاغ وزارة البترول وهيئة البترول المصرية بوقوع أي حوادث داخل المنطقتين.

من جهة أخرى، أعلن وزير البترول أن مصر ستقوم باستضافة وتنظيم أكبر مؤتمر ومعرض للبترول الدولي تحت عنوان "البترول والغاز الطبيعي في الشرق الأوسط وأفريقيا" وذلك خلال شهر تشرين الأول/ أكتوبر العام 2002.

ويعدّ هذا المؤتمر الأول الذي تستضيفه القاهرة بالتعاون مع خمس جمعيات بترولية متخصصة على مستوى العالم هي: الجمعية الأميركية لجيولوجيي البترول، جمعية الاستكشاف الأميركية، الجمعية الأوروبية للجيولوجيين، جمعية مستكشفي البترول المصرية وجمعية الجيوفيزيقية المصرية.

سيلقي المؤتمر الضوء على القضايا الفنية والتكنولوجية في مجالات البحث والاستكشاف والإنتاج للبترول والغاز الطبيعي، إضافةً إلى الجوانب التجارية الخاصة بالصناعات البترولية.

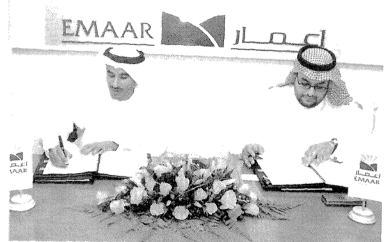
أكثر من ثلاثة آلاف خبير يعملون في مجال البترول والغاز الطبيعي، إضافةً إلى 100 شركة عالمية ستقوم بعرض أحدث ما وصلت إليه التكنولوجيا في هذا المجال على هامش أعمال المؤتمر...

الملتقى الأول لصاحبات الأعمال

ترعى الملكة رانيا العبد الله حفل افتتاح ملتقى صاحبات الأعمال الذي يُعقد في مسقط بين 28 و30 تشرين الأول/ أكتوبر المقبل تحت رعاية غرفة تجارة وصناعة عمان.

ويهدف الملتقى إلى جمع نخبة من سيدات ورجال الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وعدد من البلدان الأخرى في مؤتمر مخصص لاستعراض ومناقشة مختلف المسائل المتعلقة بشؤون العمل التجاري وإدارة الأعمال.

ومن بين المتحدثين في الملتقى وزير التجارة والصناعة العماني مقبول بن علي سلطان، وزير الاقتصاد الوطني أحمد بن عبد النبي مكي، ووزير النقل مالك بن سليمان المعمري.



العبّار والقحطاني يوقّعان العقد

"ركاز" وكيل "إعمار" في السعودية

وقّعت شركة "إعمار العقارية" عقداً مع شركة ركاز للتنمية والتطوير، الرائدة في مجال الإستثمار العقاري في المملكة العربية السعودية، يقضي بتعيين الشركة لتسويق مشاريع شركة "إعمار" في المملكة من خلال مكاتبها في جدّه والرياض والدمام.

ووقّع العقد **محمد بن علي العبّار**، رئيس مجلس إدارة إعمار العقارية، والشيخ **خالد حسن القحطاني** رئيس شركة ركاز للتنمية والتطوير ورئيس مجموعة شركات أبناء حسن عبد الكريم القحطاني، بحضور **عايض فرحان القحطاني** نائب الرئيس والمدير العام.

وقال **العبّار**: "سيساهم هذا العقد في جذب المستثمرين من المملكة العربية السعودية للإستثمار في مشاريع إعمار الرائدة في دبي والتي تتمتع بأعلى المواصفات العالمية، خصوصاً وأن المملكة هي من أفضل الوجهات لتسويق مشاريعنا في المنطقة. ولقد استطعنا حتى الآن جذب العديد من السعوديين المهتمين بمشاريعنا، وسيسهم تعاوننا مع شركة ركاز على مساعدتنا في إلقاء الضوء بصورة أفضل على مشاريعنا والفرص الإستثمارية التي تقدمها".

يذكر أن شركة ركاز للتنمية والتطوير تأسست العام 1997، ويرتكز عملها على مجال العقار والإستثمار والتطوير والتنمية، وتعمل على شراء وتنمية الأراضي وتخطيطها واستثمارها وإنشاء العقارات التجارية والسكنية.

وقامت الشركة بتطوير وتنفيذ مشاريع عقارية عدة منها مخطط "حي الخزامى"، و"صناعية ركاز" في الخبر، ومشروع الفنار الذي يقع على كورنيش الخبر/ الدمام الجديد ومشروع منتجع أمواج الذي يطل على ساحل شاطىء نصف القمر في المنطقة الشرقية ومشروع شاطىء تالا على ساحل الخليج العربي.

"الكات" اللبنانية تحصد المشاريع والجوائز

حصدت شركة "الكات" اللبنانية جملة من المشاريع في إنشاء الطرق وشبكات المياه في مختلف أنحاء نيجيريا تجاوزت قيمتها الإجمالية 250 مليون دولار أميركي، من ضمنها مشروع جر وتخزين مياه في مقاطعة "بيو" يتجاوز قيمته 25 مليون دولار أميركي.

من جهة أخرى، حصدت شركة "الكات" ثلاث جوائز دفعة واحدة وحظيت بتكريم خاص خلال الحفل الذي أقامته شركة "أرامكو" للزيت، المملكة العربية السعودية، لتوزيع جوائز السلامة على بعض شركات المقاولات العاملة هناك.

مدير عام الغرفة
محمد عمر

نشاطات وإنجازات غرفة أبو ظبي

صدر عن غرفة تجارة وصناعة أبو ظبي تقرير تضمّن إنجازات الغرفة المحقّقة في العام 2000 وفي الربع الأول من العام 2001.

وجاء في التقرير أن عدد الأعضاء الجدد في العام 2000 بلغ 4301 عضو منها 1702 عضوية تجارية، 1337 عضوية تجارية محلية، 1138 حرفية، 16 صناعية و108 مهنية.

وبلغت العضوية المجددة خلال العام المذكور 21148.

وفي الربع الأول من العام الجاري، بلغ عدد العضويات الجديدة 1034 في أبو ظبي و401 في مدينة العين، كما بلغ عدد العضويات المجدّدة 5751 في أبو ظبي و3082 في العين.

اليوبيل الفضي لـ "الملاحة العربية المتحدة"

احتفلت شركة الملاحة العربية المتحدة بيوبيلها الفضي (تأسست في العام 1976)، وتوّجت ذلك باحتلالها مواقع متقدمة في تقييم لأكبر 25 شركة ملاحية في العالم خلال العام 2000.

ووفقاً لهذا التقييم الذي أجرته مجلة American Shipper احتلت الشركة المواقع الآتية:

– المركز الثالث من حيث صافي الأرباح إلى الدخل العام.

– المركز الثالث عشر من حيث صافي الأرباح إلى الإيرادات التشغيلية.

وتمتلك الشركة حالياً 50 سفينة متعددة الأغراض، كما تمتلك 127 ألف حاوية، ونقلت الشركة في العام 2000 نحو 850 ألف طن شحني و820 ألف حاوية نمطية.

وبلغت موجودات الشركة 1,4 مليار دولار، كما بلغ إجمالي حقوق المساهمين 1,1 مليار دولار وحجم السيولة النقدية 421 مليوناً. وتمّ توزيع أرباح منذ العام 1976 قدرها 400 مليون دولار.


2002 FIFA
HYUNDAI


XG
HYUNDAI
إسعد بامتلاكها

الغاز العربي

احتياطات ضخمة وإنتاج قليل



لا يزال دور دول الخليج العربي وشمال أفريقيا محدوداً في أسواق الغاز العالمية، إلا أن دول هذه المنطقة مؤهّلة لتصبح من أهم منتجي الغاز الطبيعي في العالم ولاستيعاب الطلب المتزايد في الأسواق العالمية، ولكن عليها أولاً أن تتخطى بعض المعوقات السياسية والاقتصادية والمؤسساتية للوصول إلى طاقاتها الإنتاجية والتصديرية القصوى.

وتحمل المرحلة المقبلة تغيّرات عدة في تركيبة الإنتاج والتوزيع والاستهلاك، كما تحمل تحوّلات في الاتجاهات التصديرية. ففي حين تبحث الدول المستهلكة عن وسائل لتنويع مصادر الغاز لديها، تبحث الدول المصدّرة عن أسواق جديدة لتصريف فائض إنتاج الغاز لديها.

حصة دول الخليج وشمال أفريقيا لا بدّ أن تنمو في الأسواق العالمية، إلا أنه ما زال من الصعب تحديد نسبة هذا النمو وحجم الكميات التي سيتمّ تصديرها في المستقبل، ذلك لأنه بات من المؤكّد أن هناك احتياطات غير مكتشفة حتى الآن في باطن هذه الأرض الغنية أصلاً بمصادر الطاقة، ولأن هذه المنطقة تعاني منذ عقود عدة من حالة عدم استقرار وتضارب في المصالح السياسية والاقتصادية إقليمياً ودولياً.

كما تعاني التعاملات بالغاز من عوائق استثمارية وتسويقية أدّت إلى تعقيدات إضافية على عمليات التطوير والإنتاج بخلاف إنتاج النفط، فإن عمليات تطوير وإنتاج وتوزيع الغاز الطبيعي تتطلّب استثمارات ضخمة جداً، لذلك يقتضي عادةً وجود التزامات شراء قبل الشروع بالإنتاج، أي يجب إيجاد العميل قبل إنتاج السلعة لتبرير الاستثمار وتخفيض المخاطر.

هنا عرض لما هي عليه الحال في منطقتي الخليج وشمال أفريقيا وموقعهما المالي والمستقبلي بالنسبة إلى الأسواق العالمية.

تتّجه منطقة الخليج إلى إنشاء عدد كبير من مشاريع الغاز الطبيعي المخصصة للتصدير كمحطات التسييل وشبكات الأنابيب، وذلك بسبب توقّع ارتفاع حجم حصة دول المنطقة في سوق الغاز العالمية خلال السنوات المقبلة، كما شكّل الارتفاع الكبير في معدلات الاستهلاك المحلي للغاز ظاهرة جديدة أفسحت في المجال أمام تعاظم عدد المشاريع المخصصة لتوزيع واستهلاك الغاز داخلياً. وذلك أثّر بدوره على البنية الأساسية لاستهلاك وإنتاج الطاقة في المنطقة، كما أثّر على طبيعة التعاملات التجارية العالمية في الطاقة عامةً.

واستغلت بعض دول المنطقة إنتاجها المتنامي من الغاز الطبيعي إما لتحرير المزيد من النفط المستهلك محلياً للتصدير، أو لدعم إنتاجها بهدف زيادة حجم حصتها من سوق النفط العالمية وبالتالي زيادة مواردها المالية. وذلك لأن حجم إنتاج النفط وبالتالي الموارد المالية المتأتية منه محدودة بسبب القيود التي توضع على الإنتاج والتدنّي النسبي في الأسعار.

وتستخدم بعض الدول الأخرى التي لديها احتياطات محدودة الغاز المنتج محلياً للتخفيف من حدة اعتمادها على النفط، وبذلك تقوم بتخفيض حجم وارداتها من الفيول مساهمة في تحقيق نوع من الاكتفاء الذاتي في مجال الطاقة.

الإحتياطات مرشحة للإرتفاع

في بداية العام 2000 قدّر حجم الاحتياطي الإجمالي لبلدان الخليج السبعة (وهي إيران، عمان، العراق، قطر، المملكة العربية السعودية، الإمارات العربية المتحدة واليمن) بـ 51511 مليار متر مكعّب (م/م) من الغاز الطبيعي، أي نحو 33 في المئة من مجمل الاحتياطي العالمي. وتكفي هذه الكميات لتغطية الاستهلاك العالمي الحالي لما يزيد على 21 سنة.

ويتركّز معظم احتياطي المنطقة في جيوب ضخمة يحتوي كل واحد منها على أكثر من 1000 مليار م/م من الغاز. وفي المنطقة تسعة حقول بهذا الحجم من أصل 20 موجودة في مناطق مختلفة من العالم. كما يرجّح الخبراء وجود كميات إضافية من احتياطات الغاز في منطقة الخليج وأن حجم الاحتياطي المؤكّد غير واقعي وأنه أقل بكثير مما هو موجود فعلياً في باطن الأرض. وحسب المعدلات العالمية، يشكّل حجم احتياطات الغاز غير

المصاحب عادةً 5,7 مرات حجم احتياطات البترول، بينما يشكّل حجم احتياطات الغاز في الخليج ضعفي حجم احتياطي النفط فقط، وهذا يثبت اعتقاد الخبراء.

فعلى الرغم من أن عمليات التنقيب تستمر في المنطقة منذ أكثر من 15 عاماً، فإن هذه العمليات تركّز حتى الماضي القريب على النفط الخام مستثنية استكشافات الغاز الطبيعي الذي غالباً ما كان يعتبر أنه منتج مرافق للنفط وغير مرغوب فيه، وغالباً ما كانت كميات كبيرة من الغاز تحرق على فوهات الآبار.

من ناحية أخرى، يعتقد الخبراء أن استكشاف حقول عملاقة، لم يحفز الشركات المنتجة والمنقّبة على استعمال تقنيات أكثر تطوراً للتنقيب عن احتياطات جديدة خصوصاً وأن الكميات المكتشفة تفيض على الطلب المحلي والعالمي.

كما تشير الإحصاءات إلى أن معظم الاكتشافات الحديثة في الـ 35 سنة الماضية كانت نتيجة لعمليات التطوير وليس نتيجة لعمليات التنقيب. فمن أصل 1779 عملية تنقيب جرت في العالم العربي العام 1999، شهدت منطقة الخليج 83 عملية تنقيب فقط، أي ما يعادل 24 في المئة من مجمل عدد العمليات في العالم. وتعتبر هذه النسبة ضئيلة جداً إذا أخذت في الاعتبار الإمكانات الإنتاجية الضخمة في المنطقة. وهذا ما يؤكّد أن حجم احتياطات الغاز في المنطقة مرشّح للارتفاع وأن هذه المنطقة لا بدّ أن تستحوذ على نصيب أكبر من موارد الغاز الطبيعي في العالم، فقد قدّر حجم الكميات غير المكتشفة من الغاز بنحو 35604 مليارات م/م، أي ما يوازي 24 في المئة من الغاز في العالم.

التطوير والإنتاج والاستخدام

اتخذت دول الخليج خطوات عملية مهمة نحو استغلال احتياطاتها من الغاز الطبيعي وخصوصاً الغاز المصاحب، فأنشأت العديد من المشاريع المتخصصة في تصدير الغاز، مع العلم أن لهذا النوع من الغاز الذي يوجد داخل آبار النفط، معوقات كثيرة من ناحية كلفة الاستخراج ومن الناحية التقنية مقارنةً مع الغاز غير المصاحب.

من ناحية أخرى، يتوقف حجم إنتاج هذا النوع من الغاز على إنتاج النفط الخام. ففي الثمانينات مع بدء تزايد أهمية الغاز كأحد أهم مصادر الطاقة للاستهلاك المنزلي وللمصانع، عانت الأسواق من نقص في هذه المادة بسبب هبوط إنتاج النفط، ما أدّى إلى تزايد الجهود لتطوير حقول الغاز غير المصاحب المكتشفة ولاستكشاف حقول جديدة لإنتاج الغاز الجاف، إلا أن هذه الجهود لم تثمر بسبب هبوط المداخيل من صادرات النفط وبالتالي عدم توفّر الرساميل المطلوبة.

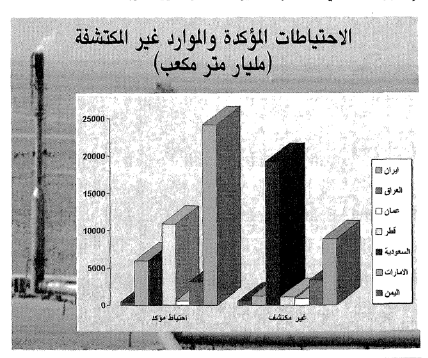
وفي مجال تطوير الغاز الطبيعي غير المصاحب، يعتبر توفّر رؤوس الأموال أمراً أساسياً لما يتطلّبه من استثمارات في محطات تسييل الغاز وفي شبكات الأنابيب الممتدة على مسافات طويلة، لذلك فإن تطوير حقول الغاز هذه، لا يمكن أن يتحقق من دون وجود صفقات مسبقة مع عملاء لشراء الإنتاج، وذلك لأن عملية الإنتاج بجميع مراحلها تتطلّب استثمارات هائلة قبل البدء بالحصول على أي مردود مادي. وبذلك يختلف إنتاج الغاز عن إنتاج النفط الذي يؤمّن مداخيل مالية في مراحل مبكرة من البدء بالتوزيع، ما يساهم في تحمّل مصاريف الاستثمار النفطي ولو جزئياً. وتبقى عملية تأمين رأس المال الأولي المشكلة الأساسية لتطوير حقول الغاز الطبيعي وغالباً ما يكون على المستهلكين المشاركة منذ البداية في استثمارات رأس المال المطلوبة.

وربما كانت هذه العوامل هي السبب في نجاح المشاريع المتعلقة بإنتاج الغاز في بلدان خليجية يعتبر قطاع النفط والطاقة فيها أقل خضوعاً للسلطات السياسية مثل الإمارات العربية المتحدة وقطر وعمان، حيث توجّهت مشاريع الغاز نحو التصدير بهدف الحصول على التمويل الخارجي.

وسبّب تعدّد أوجه استخدام الغاز الطبيعي في ارتفاع حجم إنتاج الغاز المسوّق بين 1989 و1999 بنسبة تزيد على 74 في المئة، أي من 100 مليار م/م في 1989 إلى 174,4 ملياراً في 1999. وبذلك يكون قد ارتفع إنتاج المنطقة من 6,3 إلى 7,4 في المئة من مجمل إنتاج العالم. وقد بلغ مجمل الإنتاج في دول الخليج نسبة 0,36 في المئة من حجم احتياطاتها الإجمالية في العام 1999، وتعتبر هذه النسبة متدنية جداً بالنسبة إلى المعدل العالمي الذي بلغ في السنة نفسها 1,5 في المئة.

وفي الوقت نفسه تزايد اعتماد دول المنطقة على الغاز الطبيعي المستخلص عادةً من الغاز المصاحب المرتبط إنتاجه مباشرة بإنتاج النفط. فتضاعف الاستهلاك المحلي للغاز من 80 مليار م/م في 1989 إلى 158,7 ملياراً في 1999. وتوزّعت استخدامات الغاز الطبيعي في دول المنطقة على قطاعات حيوية وحسّاسة مثل توليد الطاقة الكهربائية وتحلية مياه البحر وإعادة تصنيع مركّزات الغاز وتقوية إنتاج آبار النفط وغيرها.

ويعتقد الخبراء أن اعتماد المنطقة على الغاز المصاحب لن يساعد على زيادة حجم تدفق الغاز محلياً وذلك بسبب ارتباط



الإنتاج بالنفط الخام. والمعروف أن معدلات إنتاج النفط لن تتغير كثيراً عن معدلاته الحالية في المستقبل المنظور.

ومن بين الكميات المستخدمة محلياً كميات أُعيد ضخها في آبار النفط، وغالباً ما تستعمل هذه التقنية للمحافظة على ضغط مرتفع داخل مستوعبات النفط الطبيعية لزيادة الدفع العمودي. وبين 1990 و1999 ارتفع حجم الكميات التي أُعيد ضخّها من 10 مليارات م/م إلى 44,5 ملياراً في 1999، أي بنسبة 345 في المئة. ومن المرجّح أن يتعاظم استخدام الغاز لإعادة الضخ بسبب ترهّل آبار النفط والحاجة لاستخدام تقنيات لتقوية استخراج النفط.

من ناحية أخرى يبدو أن الطلب على الغاز الطبيعي مرشّح للارتفاع في دول الخليج بسبب زيادة السكان والتطور الاقتصادي وبالتالي تزايد الطلب على الطاقة بشكل عام. والسبب الآخر لزيادة الطلب على الغاز هو السياسة المتّبعة في استبدال النفط بالغاز الطبيعي للاستهلاك المحلي لما في ذلك من حسنات ومنافع اقتصادية وبيئية تؤدي إلى تحرير كميات أكبر من النفط للتصدير وزيادة مداخيل الدول المصدّرة من العملات الصعبة.

لكن هذه الزيادة في الطلب تأتي مع تضاؤل في العرض، ما سيؤدي حتماً إلى نقص في كميات الغاز الطبيعي المتوفرة في معظم دول المنطقة وإلى تعاظم إمكانية تجارة الغاز البينية. ومن المنتظر أن تقوم الدول الغنية بالغاز غير المصاحب (الجاف) بتلبية احتياجات الدول التي تعاني من النقص، ما يعني أن عمليات التصدير الأساسية ستنحصر في إيران وقطر لأنهما الدولتان الوحيدتان الغنيتان بالغاز غير المصاحب في المنطقة.

شمال أفريقيا: قدرات كبيرة ومستقبل واعد

لم تشهد بلدان شمال أفريقيا الثلاثة المنتجة للغاز، وهي الجزائر، مصر وليبيا، عمليات تنقيب كافية لاكتشاف قدراتها الحقيقية في إنتاج الغاز الطبيعي.

وقدّر حجم احتياطات الغاز في البلدان الثلاثة مجتمعة بـ 6335 مليار م/م في بداية العام 2000، أي ما يساوي 4 في المئة من مجمل الاحتياطي العالمي. كما قدّرت دراسة جيولوجية أميركية معروفة بإسم USGS صادرة في العام 2000 حجم احتياطات الغاز غير المكتشفة في هذه المنطقة بنحو 2564 مليار م/م، أي ما يوازي 1,7 في المئة من الاحتياطي الإجمالي العالمي. ويعتبر خبراء القطاع أن تقديرات هذه الدراسة أقل من الواقع كونها مبنية على معطيات جُمعت في السبعينات ولم تتمّ مراجعتها منذ ذلك الحين.

ومما لا شك فيه أن بلدان المنطقة تخبىء مفاجآت مدهشة في باطن أراضيها إذا ما جرت فيها عمليات تنقيب ديناميكية ومكثّفة. ففي مصر مثلاً ارتفع حجم الاحتياطي المؤكّد بنسبة ثلاثة أضعاف في أقل من عشر سنوات بعد حملة تنقيب مكثّفة ومدروسة.

كما شهد إنتاج الغاز الطبيعي في دول المنطقة نمواً في السنوات العشرين الماضية تفاوتت نسبته بين دولة وأخرى. واحتلت الجزائر المركز الأول في حجم الإنتاج، بينما كان أداء ليبيا ضعيفاً بسبب عوامل عدة أهمها العقوبات المفروضة من الولايات المتحدة الأميركية والأمم المتحدة والحظر الاقتصادي الدولي الناتج عن هذه العقوبات.

أما في مصر، فحجم الإنتاج لم يعكس الكثافة في عمليات التنقيب وحجم الاكتشافات بسبب انعدام الوضوح في السياسة المتّبعة في ما يتعلّق باستخدام الغاز كمصدر للطاقة محلياً وكسلعة تصديرية، كما أن أسعار الغاز المصري لم تكن تنافسية في الأسواق العالمية حيث يتزايد حجم العرض وعدد المنتجين باستمرار.

وكما هو الحال مع دول منطقة الخليج، اتبعت دول شمال أفريقيا سياسة استبدال النفط كمصدر رئيسي للطاقة بالغاز الطبيعي للاستهلاك المحلي، آملة من ذلك تحرير كميات أكبر من النفط لزيادة حصصها في أسواق النفط العالمية وبالتالي زيادة حجم المداخيل بالعملات الصعبة، وذلك لأن حجم الإنتاج النفطي يخضع لـ"كوتا" إنتاجية، كما أن أسعار النفط لا زالت تعتبر متدنية نسبياً.

ونجحت الجزائر في تنفيذ هذه الستراتيجية، في حين كان استخدام الغاز في ليبيا "عشوائياً" وافتقر إلى سياسة ستراتيجية واضحة لتصريف الإنتاج، كما ابتدأت مصر باتباع هذه السياسة ليس فقط في قطاعات الكهرباء والصناعة إنما في قطاع النقل العام أيضاً.

وفي حين قدّرت الدراسة الأميركية حجم الاحتياطات غير المكتشفة في الجزائر بـ 1400 مليار م/م، توقّعت مصادر في منظمة الأقطار العربية المصدّرة للنفط "أوابيك" أن يصل حجم هذه الاحتياطات إلى ما يقارب 10000 مليار م/م، علماً أن الغاز الطبيعي يعتبر المصدر الرئيسي للطاقة في الجزائر التي


شركة ألمنيوم دبي (دوبال)

تستهلك 26 مليار م/م منه سنوياً، وذلك من أصل 86 ملياراً تنتجها الجزائر سنوياً. ومن المتوقع أن يصل حجم الاستهلاك المحلي للغاز في الجزائر إلى 32 مليار م/م سنوياً في العام 2010 وإلى 40 ملياراً سنوياً في 2020.

مصر من ناحيتها أظهرت أن لديها طاقات ضخمة في ما يتعلّق باحتياطاتها من الغاز الطبيعي، وأصبح جلياً لدى الحكومة المصرية أن الاستهلاك المحلي لهذه المادة لن يكون كافياً لاستيعاب الإنتاج رغم سياسة استبدال النفط بالغاز وأن مصر لا بدّ أن تتحوّل إلى مصدّر للغاز الطبيعي. وتتوقع المصادر أن يصل حجم الإنتاج في بلاد النيل إلى 39 مليار م/م في العام 2010، بينما لن يتعدّى الاستهلاك المحلي الـ 28 ملياراً سنوياً.

وفي ليبيا يشكّل الغاز الطبيعي غير المصاحب نحو 70 في المئة من مجمل احتياطي الغاز لديها. ومع رفع العقوبات المفروضة على الجماهيرية، ارتقت ليبيا إلى أعلى المرتبات في لائحة الدول المفضلة للاستثمار في التنقيب والتطوير لدى شركات النفط العالمية، خصوصاً أن تقديرات بعض المصادر في قطاع الطاقة رجّحت أن يصل حجم الكميات غير المكتشفة إلى نحو 2000 مليار م/م، كما قدّرت مصادر الشركة الوطنية للنفط، وهي المرجع الرئيسي لقطاع النفط والغاز في ليبيا، كميات الغاز الموجودة في البلاد بنحو 3300 مليار م/م. ومن المتوقع أن يصل حجم الاستهلاك المحلي إلى 11 مليار م/م سنوياً في 2010، وإلى 20 ملياراً في 2020 وأن يصل الإنتاج إلى 26 ملياراً في العام 2010.

وتنبع أهمية دول شمال أفريقيا من واقعها الجغرافي لقربها من الأسواق الأوروبية. وقد أثبتت الجزائر التي تمد هذه الأسواق بالغاز منذ فترة أن عدداً من دول أوروبا قد يختار استيراد الغاز من شمال أفريقيا بدل اللجوء إلى مصادر أخرى مثل بحر قزوين أو الخليج أو غيرها، فهذه الأسواق محط أنظار معظم المنتجين في المنطقة وهم يبحثون عن الوسائل الأقل كلفة لتوصيل الغاز إليها.

تصدير الغاز العربي:

أوروبا بعد الشرق الأقصى

التنويع هو عنوان المرحلة المقبلة في أسواق الغاز الطبيعي في العالم، فالدول المستهلكة تنوي تنويع مصادرها، في حين تبحث الدول المصدّرة عن تنويع الأسواق الاستهلاكية خصوصاً بعد الأزمات الاقتصادية التي حصلت في جنوب شرق آسيا في نهاية العقد المنصرم. فهل لدى دول الخليج وشمال أفريقيا خيارات كثيرة في إيجاد أسواق جديدة لها؟ وما هي العقبات الاقتصادية والسياسية التي تحول دون تصريف الإنتاج؟ وهل يستطيع الغاز المتدفّق من المنطقة الوصول إلى أسواق أوروبا بسلام؟

تشكّل أوروبا السوق الواعدة بالنسبة لغاز منطقة الخليج وشمال أفريقيا، نظراً لتعاظم اعتماد بلدانها على الغاز كمصدر رئيسي للطاقة لما يحمله من فوائد اقتصادية وبيئية، ونظراً لقرب أوروبا الجغرافي من دول المنطقة المصدّرة للغاز، إضافة إلى حاجة الدول المنتجة إلى تنويع الأسواق المستوردة. والجزائر هي الدولة الوحيدة في هذه المنطقة التي تمكّنت أن تصدّر جزءاً كبيراً من انتاج الغاز لديها إلى أوروبا وذلك باستثناء بعض الشحنات الواردة من دول أخرى في الخليج وشمال أفريقيا.

الخليج: الى اليابان وكوريا

لن تتمكّن دول الخليج من استغلال جميع مواردها من الغاز الطبيعي، إلا من خلال تصدير فائض الإنتاج لديها إلى مراكز الاستهلاك الأساسية في العالم، خصوصاً أن استهلاكها المحلي سيشكّل جزءاً من الإنتاج على المدى المتوسط. ومن المتوقّع أيضاً أن تستورد بعض دول المنطقة كميات من الغاز الطبيعي لتلبية حاجاتها المحلية، بينما تحاول بعض الدول الأخرى الحصول على الغاز من خلال لعب الوساطة والترانزيت بين الدول المصدّرة والدول المستهلكة.

في العام 1999 لم تتعدَّ حصة دول الخليج، بما فيها إيران، الـ 3,5 في المئة من مجمل تجارة الغاز العالمية، وتمثّلت تعاملات الخليج بالغاز بشحن الغاز الطبيعي المسيّل من أبو ظبي وقطر إلى اليابان وكوريا الجنوبية، إضافة إلى كميات صغيرة ضُخّت عبر الأنابيب من عمان إلى رأس الخيمة وداخل الإمارات العربية المتحدة من الشارقة إلى دبي وباقي الإمارات الشمالية، كما تضمّنت عمليات التصدير شحنات محدودة إلى أوروبا والولايات المتحدة الأميركية.

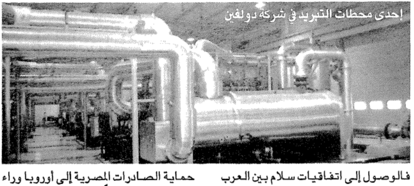
وعلى الرغم من محدودية التعاملات حالياً بالغاز الطبيعي، من المتوقّع أن تلعب دول الخليج دوراً مهماً في الأسواق العالمية. وهناك عوامل كثيرة ستساعد على ذلك منها وجود فائض كبير لدى الدول المنتجة رغم تعاظم الاستهلاك المحلي، والموقع الجغرافي القريب نسبياً إلى سوقين رئيسيتين هما سوق جنوب شرق آسيا وسوق أوروبا، خصوصاً دول أوروبا الشرقية التي تمرّ



حالياً بمرحلة انفتاح اقتصادي سيؤدي حتماً إلى تزايد الطلب على مصادر الطاقة ومنها الغاز الطبيعي، وهذه العوامل مجتمعة لا بدّ أن تخلق عمليات تصدير مكثّفة على المستويين الإقليمي والعالمي.

ولا بدّ أن يؤدي ارتفاع الطلب إقليمياً على الغاز إلى بناء شبكات أنابيب من الدول الغنية بهذه المادة إلى باقي دول المنطقة مثل دول شرق البحر الأبيض المتوسط وخصوصاً تركيا إلى جانب دول منطقة الخليج نفسها. فبعض دول الخليج تتمتّع باحتياطات ضخمة من النفط، وتعاني في الوقت نفسه من نقص في احتياطات الغاز أو حتى أن الغاز المتوفّر لديها هو في شكل مصاحب.

على الصعيد العالمي، من المتوقع أن تتركّز الأسواق الأساسية للغاز الخليجي في ثلاث مناطق هي أوروبا والولايات المتحدة الأميركية وجنوب شرق آسيا. ومن المرجّح أن تشهد هذه الأسواق عجزاً في إمدادات الغاز في المستقبل القريب، لكن يجب على دول منطقة الخليج تخطّي بعض العقبات السياسية والاقتصادية لتحقيق هذه السيناريوهات خصوصاً في ما يتعلّق بشبكات الأنابيب.


إحدى محطات التبريد في شركة دولفين

فالوصول إلى اتفاقيات سلام بين العرب وإسرائيل قد يغيّر من مستويات المخاطر في المنطقة، غير أنه لن يؤثّر على الخلافات وعوامل عدم الاستقرار الأخرى الموجودة بين الدول المنتجة نفسها وبين الدول التي ستمر عبرها هذه الشبكات (أو دول الترانزيت)، كما كان الحال بالنسبة للنفط حيث توقف الضخّ في بعض شبكات الأنابيب لأسباب مماثلة.

المضاربة والتضارب

ومن أهم المعوقات أمام عمليات التصدير إلى الأسواق العالمية هو عامل المضاربة بين الدول المنتجة نفسها وبين الدول المنتجة للغاز من جهة والدول المنتجة للنفط من جهة أخرى. وقد برزت المنافسة بين الدول المصدّرة مؤخراً حين حجبت مصر الحسومات الخاصة المتّفق عليها على رسوم عبور قناة السويس لناقلات الغاز المسيّل من قطر إلى أوروبا، ومن المرجّح أن تكون حماية الصادرات المصرية إلى أوروبا وراء هذه الخطوة. إضافةً إلى ذلك، يتزايد الكلام عن المنافسة الشرسة حتى لو كانت مخفية بين دول المنطقة في أسواق جنوب شرق آسيا، خصوصاً اليابان وكوريا الجنوبية وهما البلدان الوحيدان اللذان يستأثران بصادرات الخليج من الغاز إلى تلك المنطقة.

ومع تشجيع استبدال النفط بالغاز الطبيعي في الدول المستهلكة، تبرز في الأفق بوادر لتضارب في المصالح بين الدول الغنية بالنفط (والغاز المصاحب) من جهة والدول الغنية بالغاز غير المصاحب مثل قطر وإيران من جهة أخرى. ويبدو أن قطر هي الدولة الوحيدة التي قد تعاني من هذا الوضع نظراً لانخفاض حجم احتياطاتها من النفط وارتفاع حجم احتياطاتها من الغاز الجاف غير المصاحب، بينما إيران تنعم بثروة هائلة من النفط والغاز الجاف على السواء وهي تملك ثاني أكبر احتياطي من الغاز في العالم بعد روسيا، وربما أفضل مثال على ذلك معارضة المملكة العربية السعودية جميع المخططات التي تقضي بضخّ الغاز عبر أراضيها من دول المنطقة مثل قطر وعمان واليمن. وبما أن بنية أسعار الغاز مرتبطة بأسعار النفط، اعتبر المراقبون أن سياسة بعض الدول التي تقضي بخفض أسعار الغاز أعاقت تطوير موارد الغاز الطبيعي في المنطقة.

ومن اللافت أن تصريف الغاز الطبيعي المنتج في دول الخليج يعتمد في شكل شبه كلي على سوقين محددتين في منطقة جنوب شرق آسيا هما اليابان وكوريا الجنوبية، لكن حصول الأزمة الاقتصادية الحادة في نهاية التسعينات في تلك المنطقة دفع دول الخليج إلى البحث عن أسواق أخرى حتى ولو كانت أقل جاذبية مثل الهند.

وازدادت الحاجة إلى أسواق جديدة للغاز الخليجي مع اكتشاف احتياطات كبيرة في منطقة جنوب شرق آسيا ذاتها، ما سيرفع

من حدة المنافسة في وجه الغاز الخليجي والذي يُستورد في شكل مسيّل، بينما يتمّ ضخّ الغاز الآسيوي عبر الأنابيب وبكلفة متدنية. ووصل الحجم الإجمالي لاحتياطات منطقة جنوب شرق آسيا إلى 14800 م/م في 1999، أي 9,4 في المئة من مجمل الاحتياطي العالمي وما يساوي حجم الاستهلاك العالمي لمدة 57 سنة بحسب حجم الاستهلاك في 1998. ونشطت عمليات التنقيب والاستكشاف والتطوير في دول عدة منها باكستان التي أصبحت تشكّل منافساً جدياً لدول الخليج في المنطقة.

ومما لم يساعد عمليات تصدير الغاز الطبيعي من دول منطقة الخليج إلى جنوب شرق آسيا هو اعتماد عدد من الدول الآسيوية على الفحم الحجري بسبب تدنّي كلفة هذه المادة مقارنة مع كلفة الغاز الطبيعي والنفط معاً، وذلك على الرغم من الأضرار البيئية الناتجة عن استخدام الفحم.

كل هذه العوامل حتّمت على الدول المنتجة أسواقاً جديدة غير دول جنوب شرق آسيا لتصريف فائض الإنتاج من الغاز الطبيعي، فتحوّل اهتمام هذه الدول نحو محاولة زيادة حصتها في أسواق الولايات المتحدة الأميركية وأوروبا، مستفيدة من عوامل العرض والطلب في هذه الأسواق للحصول على شريحة صغيرة منها، إلا أن هذه الشريحة مرشّحة للنمو خصوصاً في أسواق أوروبا.

وبالإضافة إلى هذه المعطيات العامة والمشتركة بين دول الخليج، هناك خصوصيات في السياسة التصديرية في كل دولة منها على حدة، فبعد فشل إيران في محاولاتها لتصدير الغاز إلى بلدان ما كان يُعرف بالاتحاد السوفياتي، تمكّنت في 1995 من عقد أول اتفاق طويل الأمد مع أرمينيا لتزويدها بمليار م/م سنوياً من الغاز الطبيعي. وتبع ذلك اتفاق آخر مع تركيا لتزويدها بكميات من الغاز تزداد تدريجياً كل سنة لتصل إلى 10 مليارات م/م سنوياً، كما تتجه محاولات إيران التصديرية في خطوات لاحقة إلى دخول الأسواق الأوروبية – ربما عبر تركيا – ومنافسة الإنتاج الروسي فيها، كما أنها تدرس إمكانية فتح أراضيها أمام أنابيب الغاز في تركمانستان وأذربيجان لتصبح بذلك دولة ترانزيت. ومن المتوقّع أن يصل حجم الصادرات من الغاز إلى أوروبا إلى 10 مليارات م/م سنوياً في العام 2010 وإلى 13 ملياراً في 2020.

أما في العراق، فإنه من المتوقّع أن يبدأ العمل بمشروع لتطوير ستة حقول غاز غير مصاحب بعد رفع العقوبات على البلاد. ومن المتوقّع أيضاً أن يقوم العراق بإمداد تركيا بالغاز الطبيعي عبر أنابيب تصبّ في مدينة الإسكندرون في جنوب تركيا. ومن المرجّح أن يصل حجم الصادرات إلى تركيا 10 مليارات م/م في 2010 وإلى 15 ملياراً في 2020. ويبدو أن هذه الصادرات ستتوقف عند تركيا ولن تمرّ منها إلى أوروبا.

وعمان التي ما تزال تبحث عن طرق لتنويع صادراتها وعدم الاعتماد فقط على احتياطها الصغير من النفط، قررت أن تستغل احتياطاتها من الغاز الطبيعي وتوسيع محطة التسييل لتلبية أسواق جنوب شرق آسيا في الدرجة الأولى، علماً أنها تنوي استيراد كميات من الغاز من دول منطقة الخليج.

الوضع في قطر مختلف، فقد اتّبعت هذه الدولة ستراتيجية مكثّفة جداً لتسويق إنتاجها من الغاز المسيّل الذي يتمّ إنتاجه في محطتين للتسييل لتزويد أسواق جنوب شرق آسيا. ولا تزال قطر تروّج لعدد من مشاريع أنابيب الغاز منها مشروع دولفن لتزويد دول مجلس التعاون الخليجي، ومشروع آخر لمدّ شبكة أنابيب إلى باكستان والهند، ومشروع لمد تركيا بالغاز عبر شبكة أنابيب تمر بدول شرق البحر الأبيض المتوسط. وعلى صعيد الأسواق الأوروبية، يجب على قطر أن تجد حلاً لمشكلة الأسعار قبل ولوج هذه الأسواق. وكانت هذه المشكلة السبب الرئيسي للرجوع عن مشروع "يوروغاز" الذي وُضع التخطيط له في بداية التسعينات. وعلى الرغم من ذلك يتوقّع الخبراء أن يصل حجم صادرات الغاز الطبيعي المسيّل إلى أوروبا من قطر إلى 5 مليارات م/م سنوياً في العام 2010 وإلى 10 مليارات م/م في 2020.

وأوضحت المملكة العربية السعودية من جهتها أنها لا تنوي على أي حال تصدير إنتاجها من الغاز، وأن هذا الإنتاج سيحوّل إلى الاستهلاك المحلي. ومن المتوقّع أن تستمر هذه السياسة خلال السنوات العشرين المقبلة.

أما الإمارات العربية المتحدة فإنها مرشحة لأن تتحوّل في معظمها إلى مستورد للغاز الطبيعي خصوصاً إمارة دبي. إمارة أبو ظبي هي الإمارة الوحيدة التي من المنتظر أن يغطي الإنتاج فيها احتياجات السوق، إضافةً إلى بعض العقود التصديرية من محطة التسييل في جزيرة داس إلى زبائنها في اليابان. ومن المتوقّع أن تقوم الإمارة بتوسيع محطة التسييل لتتمكّن من تزويد الأسواق الأوروبية لاحقاً بنحو ملياري م/م سنوياً بين الأعوام 2005 و2020.

وعلى الرغم من ضآلة حجم الاحتياطات من الغاز الطبيعي، فإن موقع اليمن الجغرافي سيؤهّله تزويد دول أوروبا المتوسطية بهذه المادة، إلا أن ذلك يتوقف على سرعة تنفيذ


مصانع ألبا (البحرين)


Othello
XII
RAYMOND WEIL
GENEVE
Othello
VI
RAYMOND WEIL
GENEVE
www.raymond-weil.com

مشروع محطة التسييل الذي يُعتبر أكبر مشروع صناعي في البلاد. ومن المتوقّع أن تصل صادرات اليمن إلى أوروبا إلى 2 مليار م/م سنوياً في 2010 و4 مليارات م/م في 2020 إذا ما تمّ توسيع قدرة الإنتاجية للمحطة الحالية.



وزراء الطاقة: سامح فهمي (مصر)، محمد ماهر جمال (سورية)، محمد بيضون (لبنان)، ووائل صبري (الأردن)

دول شمال أفريقيا: إلى اوروبا

تتميّز دول منطقة شمال أفريقيا بموقعها القريب جغرافياً من الأسواق الأوروبية، إلا أن الأداء من ناحية التصدير يتفاوت بين دولة وأخرى من دول المنطقة الثلاث، علماً أن تغيرات إيجابية كثيرة تنتظر هذه الدول قريباً قد تحوّل مجريات الأمور.

ويبدو أن الكميات التي تصدّرها الجزائر إلى دول جنوب أوروبا مرشّحة للنمو مع اتساع الطلب في هذه الأسواق الكبيرة كما هو متوقّع. ولدى الجزائر إمكانية كبيرة في زيادة حجم صادراتها من الغاز إلى أوروبا عبر خط أنابيب "عبر المتوسط" (TRANS MED) وخط "المغرب – أوروبا" (MEG)، كما يمكن إنشاء خطوط أنابيب أخرى لهذه الغاية، وزيادة هذه الصادرات من خلال محطات تسييل الغاز. ولا بدّ أن تساعد خبرة الجزائر الطويلة في التعامل مع الأسواق الحرة مثل الولايات المتحدة وغيرها على ترسيخ موقعها التنافسي في هذا الإطار، غير أن الوضع السياسي والاستقرار الداخلي في الجزائر قد لا يساعدان على إنجاح دورها، خصوصاً مع ما تردّد حول هجمات على البنى التحتية لمنشآت الغاز، ما أثار مخاوف الدول المورّدة ودفعها إلى البحث عن مصادر أخرى. ومما قد لا يساعد الجزائر على تسويق إنتاجها من الغاز الطبيعي أيضاً هو سياسة المفوضية الأوروبية الآيلة إلى تنويع مصادر الواردات، وهذا قد يخفّض حصة الجزائر إلى 25 في المئة من مجمل الاستهلاك الأوروبي مع حلول العام 2020، أي نحو 95 مليار م/م سنوياً. ومن المتوقّع أن تشمل الصادرات الجزائرية نحو 25 مليار م/م من الغاز المسيّل.

مصر من ناحيتها، عليها أن تتعامل مع مشكلة أسعار الغاز المنتج لديها لتتمكّن من ولوج الأسواق المجاورة والبعيدة على السواء. فمقارنةً مع أسعار المصادر الأخرى، تُعتبر أسعار الغاز المصري مرتفعة بسبب ارتفاع كلفة الإنتاج. فأسعار الغاز المصري تتبع فهرسة أسعار ما يسمى بـ"نكهة السويس"، غير أنه تمّ اعتماد سياسة تسعير جديدة في أيلول/ سبتمبر 2000 وهي تفرض حداً أدنى وحداً أقصى للأسعار، وقد صُمّمت لحماية مصالح المنتجين والمستهلكين على السواء من مخاطر "فهرسة" أسعار النفط.

ويبدو أن الأسواق الأوروبية ستفتح أبوابها قريباً أمام الغاز المصري بدليل أن هناك مشروعين لتسييل الغاز على الأقل وهما ينتظران إنهاء صفقات تصديرية إلى أوروبا. ويتوقّع المحلّلون أن تستورد بلدان أوروبا المتوسطية الغاز المصري وذلك بسبب نمو هذه الأسواق السريع وقربها من مصر جغرافياً. ويتوقّع المراقبون كذلك أن يتمّ حل قضية إيجاد عملاء دائمين مع إنهاء المفاوضات الجارية بين الحكومة المصرية وشركة "أونيون فينوزا" الإسبانية منذ أكثر من سنة.

بالإضافة إلى الأسواق الأوروبية، تتطلّع مصر إلى تصدير الغاز إلى دول شرق البحر الأبيض المتوسط بما فيها إسرائيل، غير أن الوضع على هذا الصعيد أخذ شكل الكرة السياسية التي تهبط وترتفع بحسب صفاء العلاقات بين إسرائيل ومصر أو حتى بين إسرائيل وجيرانها العرب عامة.

غير أن الاستكشافات الإسرائيلية الأخيرة لكميات من الغاز الطبيعي في المياه الإقليمية دعت إلى التساؤل عمّا إذا كانت إسرائيل فعلاً في حاجة إلى استيراد الغاز، كما أضافت تعقيدات عدة إلى هذا الموضوع الشائك أصلاً. ويرجّح بعض المراقبين أن لا يتمّ تنفيذ مشروع شبكة أنابيب الغاز المصري إلى دول شرق البحر الأبيض المتوسط قبل الوصول إلى اتفاقية سلام شامل بين إسرائيل والعرب. وبذلك يُتوقّع أن تصل كميات الغاز المصري المصدّر إلى الدول الأوروبية بما في ذلك الغاز المسيّل إلى 6 مليارات م/م سنوياً في العام 2010 و9 مليارات م/م في العام 2020.

أما في ليبيا، فإن مشروع شركة ENI الإيطالية لضخّ حتى 8 مليارات م/م سنوياً من الغاز إلى أوروبا عبر إيطاليا سيستهلك ما يوازي 250 مليار م/م من الاحتياطي الليبي طوال فترة المشروع تاركاً نحو 1000 مليار م/م جاهزة للتصدير، ما يعني أنه سيكون لدى ليبيا ما يكفي لأربعة مشاريع مماثلة حجماً ومن دون أية استكشافات جديدة.

وأصبح من المؤكّد تحوّل ليبيا إلى مصدّر للغاز في الأسواق الأوروبية بعد تقدّم العمل في مشروع الـ ENI، كما أن رفع العقوبات الدولية عن الجماهيرية سيساعد كثيراً على تطوير منشآت تصدير الغاز الليبي. وإذا قامت ليبيا بإعادة تأهيل محطة تسييل الغاز الموجودة لديها كما هو متوقّع، سيصل حجم الإنتاج المخصص للتسويق إلى 5 مليارات م/م سنوياً في العام 2010 وستتّجه في غالبيتها إلى أوروبا.

كما أنه من المخطط إنشاء خط أنابيب آخر مماثل للذي يتمّ بناؤه حالياً بين ليبيا وإيطاليا وبقدرة تصل إلى 10 مليارات م/م سنوياً وذلك في العقد الثاني من القرن الحالي.

يذكر أن مصر تقدّمت بعروض عدة لإدخال ليبيا على خط تصدير الغاز المصري كدولة ترانزيت لمد الأنابيب عبر أراضيها إلى أوروبا ولم يبت البحث في هذا الموضوع حتى الآن. ■



رئيس اتحاد المصارف العربية

طربيه: المطلوب وظائف جديدة للاتحاد

كما أن انتخاب د. جوزيف طربيه رئيساً لاتحاد المصارف العربية لم يكن مفاجأة، فإن رئاسته غير العادية للاتحاد لن تكون مفاجأة أيضاً، فالدكتور طربيه الذي ترك بصمات نجاح وتميّز في حياته

■ **ما هي العناوين الأساسية لخطة العمل التي تكوّنت لديكم خلال هذه الفترة القصيرة التي انقضت على تسلّمكم رئاسة اتحاد المصارف العربية؟**

□ ضمن أهداف الاتحاد الكبيرة التي يعقد عليها القطاع المصرفي آمالاً، عقد مجلس إدارة الاتحاد اجتماعاً، في أثر انعقاد الجمعية العمومية (نيسان/ أبريل 2001) ووضع ستراتيجية جديدة للسنوات الثلاث المقبلة. وهذه الستراتيجية مبنية على ما تحقق في السابق، ما ينبغي تجنّبه لأن مراجعة الماضي أمر مهم في رسم الرؤية المستقبلية، بحيث تأتي المسيرة الجديدة متوافقة مع المتطلبات القائمة على صعيد المصارف العربية والاقتصادات العربية، فضلاً عن الوضع المصرفي العالمي، إذ أن المهنة المصرفية هي من أولى المهن التي تناولتها العولمة وباتت بالتالي تخضع للمقاييس والمعايير الدولية. لذا سنطرح على مجلس الإدارة الذي سينعقد في تشرين الثاني/ نوفمبر المقبل تصوّرنا للمرحلة المقبلة، وهي بخطوطها العريضة تردّ على متطلبات عدة أهمها:

أ- كيفية التعاطي مع العولمة والاستجابة لمتطلباتها، إذ أن المصارف العربية هي جزء من النظام المصرفي العالمي، وعليها مواكبته. وهنا يلعب اتحاد المصارف العربية دوره كناقد ودارس وصاحب قضية بحكم وجوده في مواقع دولية وعربية عدة قريبة من مراكز القرار.

ب- التركيز على الدور الخدماتي للاتحاد تجاه القطاع المصرفي العربي. لا نريد أن يكون الاتحاد مجرّد منتدى للمصارف أو مركزاً للحوار والتأمّل والمراجعة، إنما نرى أن يكون للاتحاد دور خدماتي من خلال مشاريع ستأخذ طريقها نحو التنفيذ في الفترة المقبلة، كمشروع الشبكة المصرفية العربية التي ستكون شبكة تفاعلية بين المصارف العربية وكنزاً للمعلومات بحيث تستطيع المصارف الأعضاء الولوج إليها والتعامل معها، والحصول على المعلومات التي تمكّن من التعاطي البيني في ما بينها. إلى ذلك ستشكّل الشبكة مصدر معلومات تحليلية للاتحاد بما يمكّنه من مواكبة القطاع المصرفي ومتابعة تطوره والإسهام في رسم رؤية مصرفية تواكب مستجدات القطاع والتطورات الاقتصادية.

شبكة مصرفية عربية

ج- تعزيز التعاطي المصرفي البيني العربي، فنحن في عصر الصيرفة الإلكترونية وعصر الشبكات التي تربط المؤسسات بالأسواق، لذا لا بدّ من ربط الصيرفة الإلكترونية ببعضها البعض بحيث تشكّل سوقاً واحدة. ومن ضمن ذلك سنسعى عملياً إلى ربط شبكات الصراف الآلي (ATMs) لتشكّل شبكة واحدة تستطيع إنجاز كافة عمليات الصرف والمقاصة والتسوية والتحكيم بالنسبة للمدفوعات الجارية ضمن الوطن العربي ومن دون الخروج بكل عملية إلى الشبكات الدولية الخارجية. وهذا المشروع قابل للتنفيذ والإمكانات التقنية متوافرة ضمن الشبكات العاملة حالياً، وهو ينطبق على الإنجاز الذي تحقق على صعيد دول الخليج العربي التي قامت بالربط ضمن إطارات وحدود معينة، وبالتالي لدينا مثال يمكن تعميمه على باقي الوطن.

ونعتقد أن دور الاتحاد الأساسي أن يرعى مشاريع من هذا النوع تخطيطاً وتنفيذاً، ولتأمين المقاصة وتسوية المدفوعات ومعالجة أي صعوبة ضمن رؤية تنظر إلى القطاع المصرفي العربي ككتلة متعاونة.

■ **هل يتطلّب هذا المشروع إنشاء شركة مركزية؟**

□ قيام الشبكة المذكورة يمكن أن يكون ضمن تصورات عدة نحن الآن في صدد دراستها لتحديد الخيارات على المستوى التقني. المشروع هو ربط للشبكات القائمة وليس خلق شبكة جديدة أو آليات تختلف عن الآليات المعهودة في الأسواق المصرفية للدول المتقدمة. والحاصل اليوم أن هناك شبكات صرف عربية مربوطة مباشرة بالشبكات الدولية وتتعاطى في ما بينها عن طريق مراكز تسوية المدفوعات الدولية. الموضوع أن تبقى هذه الشبكات مربوطة بالشبكات الدولية، إنما عندما يتعلق الأمر بتسوية مدفوعات بين المصارف العربية وبين حملة بطاقات صادرة عن مصارف عربية تجري تسوية هذه المدفوعات داخلياً، أي داخل العالم العربي، إضافةً إلى معالجة أنواع المدفوعات كافة لتكون ضمن نظام مدفوعات متكامل موجود حالياً على الأرض لكنه يعمل من دون أن يأخذ في الاعتبار الروابط البينية العربية التي تشكّل شبكة واحدة ونظاماً واحداً. إننا نتناول مشروعاً ضمن الإطارات والمقاييس الدولية المعروفة، ولكن نريد أن نجعل من المنطقة العربية منطقة مدفوعات واحدة، وهناك أهداف ستراتيجية واقتصادية عدة لهذا المشروع، كما أن قابلية تنفيذ هذا المشروع متوافرة.

التدريب آليتان

■ **في إطار الدور الخدماتي للإتحاد، هل هناك تفكير بإعادة تفعيل دوره في مجالات التدريب بعد أن خُطف هذا الدور منه؟**

□ الحاجة إلى التدريب المصرفي دائمة ومستمرة نتيجة التطورات الحاصلة في المهنة

المهنية سواء في وزارة المال اللبنانية أم في بنك الاعتماد اللبناني، لن يمر مرور الكرام في رئاسة اتحاد المصارف العربية، لا سيما وأن الرجل ليس غريباً عن هذه المؤسسة، ويعرف شؤونها وشجونها وخباياها، كما يعرف نقاط القوة كما نقاط الضعف فيها.

وإذا كان د. طربيه لا يجاري من يقول بأن الاتحاد يبحث عن دور، بسبب ديبلوماسيته ودماثته، فإنه، رغم ذلك، مؤمن بضرورة تفعيل هذا الدور، بل وباستحداث وظائف جديدة له، كما يؤمن بأن هذه الوظائف الجديدة تتطلّب هيكلية إدارية جديدة تكون قادرة على الاضطلاع بالمهام المطلوبة.

في هذا الحوار معه حول اتحاد المصارف العربية برئاسته كشف د. طربيه، ولو بمقدار، تصريحاً حيناً وتلميحاً حيناً آخر، عن رؤية متكاملة لدور الاتحاد سواء على الصعيد الخدماتي أم على الصعيد التمثيلي بما يتعلّق برعاية المهنة المصرفية العربية التي كانت، كما يقول، "أولى المهن التي دخلت العولمة".

وإذا كان رئيس اتحاد المصارف العربية حريصاً على القول بأن رسم الرؤية الجديدة ارتكز على ما تحقق في الماضي وما لم يتحقق، فإن الأفكار التي طرحها توحي وكأن الاتحاد سيشهد مرحلة تأسيس جديدة.

وهنا الحوار:

المصرفية، وأهمية التعرّف على التقنيات الجديدة لا سيما الصيرفة الإلكترونية وإدارة الموارد البشرية، أي التغيير الكمّي والنوعي في طريقة أداء هذه المهنة. واتحاد المصارف العربية لم يفقد دوره التدريبي بل أنه ناشط من خلال آليتين: الأولى هي أكاديمية العلوم المصرفية والمالية العربية التي كان للاتحاد الدور الأول في تأسيسها والذي لا يزال يشغل 4 مراكز في مجلس إدارتها وفي مجلس أمنائها. وهذه الأكاديمية تؤدي دوراً كبيراً على صعيد التدريب وتعطي شهادات معترف بها. أما الآلية الثانية فهي الدورات المكثّفة التي يجريها الاتحاد نفسه من خلال مديرية التدريب في مختلف الموضوعات والتي تغطي العالم العربي وأحياناً خارجه. وكان لهذه الدورات دور رئيسي لا سيما في الدول التي كانت بحاجة ماسة نتيجة الحصار المضروب عليها والمشاكل التي تواجهها. وقد واجه الاتحاد صعوبات قوية لمواصلة عمله التدريبي، ولا شك أن دوره متواصل ويخضع لروزنامة مكثّفة ويستعين الاتحاد بخبرات عربية ودولية.

عبر البنوك المركزية

■ **ماذا عن دور الاتحاد عربياً وضمن مؤسسات العمل العربي المشترك؟**

□ يشغل الاتحاد مواقع مهمة على الصعيدين العربي والدولي. على الصعيد العربي، الاتحاد عضو في المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابع لجامعة الدول العربية ومسؤول عن إعداد ورقة العمل التي تُقدم لمؤتمر القمة العربية في المواضيع التي يرى من المناسب معالجتها، كما أنه عضو مراقب في مجلس محافظي البنوك المركزية العربية، إضافةً إلى دوره كمراقب في منظمة الأمم المتحدة، ونحن نقوم بهذا الدور بصورة فاعلة ومستمرة.

على مستوى الجامعة العربية، وبعد انتخاب أمين عام جديد لها، شاركنا في وضع رؤية مستقبلية لمؤسسات العمل العربي في اجتماع ضمّ الخبراء ورؤساء الوفود. وهنا أنوّه بالأمين العام الجديد الذي يملك رؤية جديدة للجامعة وقد قدّم تصوراً علمياً وتقنياً لما ستكون عليه مؤسسات العمل العربي في المستقبل. ومن ضمن الجامعة يأتي دور اتحاد المصارف العربية كأهم مؤسسة من القطاع الخاص. وأنا ساهر على هذا الدور وسيكون لنا منتصف الشهر المقبل (أيلول/سبتمبر الجاري) حضور فاعل في اجتماع المجلس الاقتصادي والاجتماعي.

أما بالنسبة إلى لجنة بازل فنحن نواكب التطورات المصرفية العالمية من خلال وجودنا في مجلس محافظي البنوك المركزية العربية وعبره ننقل صوت مصالحنا كمصارف عربية. ولجنة بازل متفاعلة مع البنوك المركزية العربية والدولية، وتمارس تفاعلها من خلال المصارف المركزية في العالم ولجان الرقابة، وبالتالي فإن تواصلنا مع المقررات والمعايير يجري من خلال هذه الآلية الوحيدة والسليمة.

حضور دولي

■ **أين كان موقف الاتحاد من مشروع بازل 2 على الرغم من أنه أُرجئ إلى موعد آخر؟**

□ هناك موقف عربي من بازل 2، ودورنا كما أشرت هو عبر البنوك المركزية العربية كآلية وحيدة وسليمة. ونحن نعرف أن مواقف المصارف المركزية العربية كانت فاعلة في المرحلة السابقة في مواضيع عدة كقضية الملاءة حيث استطاعت المصارف المركزية العربية أن تفرض معايير معينة بالنسبة للملاءة وتمكّنت من أخذ الفترة الكافية لتمكين المصارف العربية من استيعاب المتطلبات الجديدة من دون الوقوع في مشاكل أو الخروج عن المعايير المفروضة.

■ **أين هو الاتحاد في الأمم المتحدة؟**

□ في الشهر الماضي (تموز/ يوليو 2001) شاركنا في الاجتماع الذي عقدته منظمة الأمم المتحدة في فيينا لمؤسسات العمل المشترك في المناطق الآسيوية والأفريقية ومن ضمنها المناطق العربية. فنحن موجودون في جزء من العالم له آليته في التعاطي مع الأمم المتحدة. وقد شاركت مع الأمين العام في التقرير الذي تبّنته المنظمة الدولية بالنسبة للقطاع المصرفي العربي، وكان التواجد ضرورياً. وهذه المرة الأولى التي تدرج فيها مطالب الاتحاد في ورقة ضمن إطارات الأمم المتحدة، وستكون هذه الأدوار الخارجية والإقليمية شغلنا الشاغل في السنوات المقبلة ليلعب القطاع المصرفي العربي دوره من خلال الاتحاد في رفع صوته وقضاياه أمام المرجعيات العربية والدولية.

الخدمات البينية

■ **كيف ينظر اتحاد المصارف العربية لموضوع تحرير تجارة الخدمات الذي يشمل المصارف؟**

□ هذا الموضوع كبير جداً، وفيه مجالات للنجاح على الصعيد العربي البيني أكثر من موضوع تحرير تجارة السلع. لقد أثبتت السنوات الماضية أن التجارة البينية العربية لم تبلغ المستويات التي طمحت إليها الدول العربية على الرغم من الاجتماعات وبوادر حسن النية، وعلى الرغم من مرتكزات منطقة التجارة العربية الحرة، حيث غلبت الاستثناءات على القواعد والمقررات. ويعود ذلك بصورة خاصة إلى عدم التنوّع في المنتجات

السلعية العربية، حيث أن التشابه يشكّل عائقاً أساسياً بين معوقات التبادل التجاري بين الدول العربية، أما بالنسبة إلى تجارة الخدمات، فثمة هامش واسع من التميّز والتمايز بين دولة عربية وأخرى. وأستطيع القول هنا بصورة واضحة أن هذا التمايز والتباين قائم في غير مجال سواء كان في المصارف أو التأمين أو الصحة أو الإعلان أو الإعلام أو الخدمات الاستشارية.

■ **إذاً المميزات التفاضلية والقيمة المضافة موجودة في ما يمكن أن يعطيه قطاع خدماتي عربي لدولة عربية أخرى. والسؤال الأساسي هو: كيف يمكن تحرير القيود والحدود؟**

▫ من المعروف أن موضوع تحرير الخدمات هو بند أساسي من بنود اتفاقية "الغات" القادمة إلينا. وإذا كان الأمر كذلك، فلماذا لا نختصر الطريق ونقوم بملاقاته عربياً والإفادة من هذه الفروقات في سبيل تفعيل التعاطي البيني العربي؟ فالبلدان العربية في كل الأحوال هي مستهلكة لهذا النوع من الخدمات وتلجأ إلى الأسواق الخارجية للحصول عليها. وتحرير هذا النشاط يخلق ميداناً واسعاً للتبادل البيني بشكل يحقق الأهداف المرجوة من جامعة الدول العربية ومؤسسات العمل العربي المشترك، ومن منظمة التجارة العالمية نفسها.

ونحن، على هذا الصعيد وكمؤسسات مصرفية نعتبرها مؤسسات الخدمات الأولى في العالم العربي، نعتبر أن الميدان رحب للغاية. أما على صعيد السياسات الحكومية فلا ندعو إلى الثورة وإنما إلى الرفع التدريجي للقيود إذا ما تعذّر رفعها دفعة واحدة. لذلك سنعقد مؤتمراً مصرفياً في تشرين الثاني/ نوفمبر المقبل في بيروت موضوعه تحرير تجارة الخدمات في العالم العربي. ونحن نسعى إلى هذا الموضوع بجدية من خلال الاتصالات مع الحكومات ومراجع القرار ومع جامعة الدول العربية ومؤسسات العمل العربي المشترك. إشارة إلى أن المؤتمر المزمع إقامته في بيروت سيشارك في افتتاحه أمين عام جامعة الدول العربية عمرو موسى.

التصنيف الائتماني

■ **ماذا عن التصنيف الائتماني؟ وهل للاتحاد دور فيه أم سيبقى سيفاً مسلطاً على المصارف العربية؟**

▫ التصنيف الائتماني يهم المصارف والدول كما يهم المؤسسات الاقتصادية العربية. وعندما نتكلم عن مؤسسات تصنيف ائتمانية عربية، تبرز الحاجة الماسة في عالمنا العربي لرفع المهنة المصرفية بحيث تعمل معتمدة على قواعد التصنيف ليس للمصارف وحسب بل لزبائنها أيضاً. وهذه التوجهات هي من ضمن توجهات لجنة بازل إذ أن التقييم الائتماني لعملاء المصارف أمر حيوي بحيث يكون هناك مجتمع اقتصادي متطور يقابله مجتمع مصرفي متطور.

التصنيف إذاً هو ضرورة للمصارف وللعملاء ولا أرى أن السوق العربية أخذت حقها من قبل مؤسسات التصنيف الدولية، ولا أقصد بذلك حيادية التصنيف نفسه سواء للمصارف أم للاقتصادات، إنما ما قصدته أن حجم النشاط التصنيفي في العالم العربي لا يزال ضعيفاً وهذا الحجم يكاد يكون معدوماً في بعض الدول.

بالطبع هناك دور كبير للاتحاد خصوصاً بعد بناء الشبكة المصرفية العربية التي ستشكّل كنزاً كبيراً للمعلومات سواء للمصارف أو للاقتصادات العربية. ومن باب تكامل النشاطات، هناك إمكانية لأن يرعى اتحاد المصارف العربية إنشاء مؤسسة ائتمان عربية قد تكون فيها مشاركة دولية، على أن تكون وجهتها الأساسية العالم العربي ومؤسساته، فتسدّ فراغاً كبيراً في السوق وتساعد على رفع كفاءة العمل المصرفي العربي من خلال آليات علمية أثبتت جدواها في اقتصادات عدة. وبالتالي، فإن موضوع خلق مؤسسة للتصنيف لا ينبع من حاجة تجارية، بل يمكن اعتبارها من ضمن استراتيجية تفعيل العمل المصرفي والسير به قُدماً بشكل تجري فيه معالجة وإدارة المخاطر من خلال آليات متعارف عليها دولياً. كما أن حجم المعلومات التي جمعها والتي سيجمعها والتي ستكون موضع استثمار الشبكة المصرفية العربية، ستساعد في الوقت نفسه في الوصول إلى خلق مؤسسة تصنيف لديها أكبر حجم من المعلومات المتعلقة بالمصارف العربية وبعملائها.

توحيد المصطلحات

■ **ماذا عن توحيد المصطلحات التي كان الاتحاد قد قطع شوطاً بها؟**

▫ موضوع توحيد المعايير والقواعد والمصطلحات المصرفية العربية ينبغي تناوله من جوانب عدة. ففي هذا الموضوع لم يعد هناك معايير وقواعد عربية وأخرى دولية، كل المعايير أصبحت دولية والعولمة هنا غلبت الخصوصية، كما أننا لا نتكلم فقط عن معايير مصرفية بل عن معايير المحاسبة الدولية التي تخضع لها المصارف العربية. أما القطاعات المصرفية العربية التي لم تأخذ بالكامل بهذه المعايير فهي في سعي للوصول إليها، لأنه لا يمكن لبلد أن يتعاطى على صعيد السوق المالية الدولية والعلاقات المالية الدولية إذا لم تكن مصارفه خاضعة لهذه المعايير. وقد أخذت المصارف المركزية العربية ولجان الرقابة على عاتقها إدخال هذه المعايير على المصارف وفرضت التقيّد بها في إطار التعامل المصرفي الدولي.

أما بالنسبة إلى المصطلحات المصرفية العربية، فقام الاتحاد منذ سنوات بالجهد المطلوب منه، وأصدر توصياته في كتيّب بعد أن جمع عدداً كبيراً من خبراء المال والسلعة. وبالفعل تضمّن هذا الكتيّب مصطلحات اعتمدها الإتحاد. إنما فرض استعمال هذه المصطلحات لا يدخل ضمن قدرة الاتحاد أو أهدافه. ونحن وصلنا إلى مصطلحات موحّدة دخلت تدريجاً مجالات التعامل المصرفي العربي، لم تدخل بعد بالكامل لأنها ليست تشريعاً إلزامياً، إنما يعمل بهداياتها المحاسبون والمصرفيون العرب عند تحرير التقارير السنوية. هناك جردة كاملة بالمصطلحات المصرفية المستخدمة في كل بلد مع توصية بالمصطلح المتعارف عليه بالصورة الفضلى على صعيد المجموعة العربية ككل. وهذا ليس

■ **دور أساسي للاتحاد في كيفية التعاطي مع العولمة والاستجابة لتطلباتها المتطورة**

■ **نحو شبكة مصرفية عربية واحدة تربط الصيرفة الإلكترونية ببعضها البعض**

■ **مواكبة التطورات المصرفية العالمية عبر عضوية الاتحاد في مجلس محافظي البنوك المركزية العربية**

موضوعاً ستراتيجياً مهماً، إنما يسهل التعاطي العربي علماً أن معظم المصارف العربية تنشر ميزانياتها بلغات متعددة، نتيجة لضرورة التعاطي مع المصارف الدولية.

الإصلاح قبل الدمج

■ نصل إلى موضوع الدمج المصرفي والذي بات مطلوباً أن يأخذ طابعاً إقليمياً إلى طابعه القطري، لا سيما وأن التوجهات حالياً هي نحو خلق كيانات إقليمية، ألا ترى دوراً للاتحاد في هذا المجال؟

□ لا أرى موضوع الدمج المصرفي أولوية أولى بالنسبة إلى حاجات المصارف العربية. إن الأولويات في اعتقادي تتمثّل في متابعة الإصلاح المصرفي في البلدان العربية الذي ينقلنا إلى بنية مصرفية.. ولا أقصد هنا أن العالم الخارجي يمتلك بنى مصرفية مثالية. فإذا استعرضنا ما حصل في تركيا وقبل ذلك في اليابان وعدد من الدول لرأينا أن البنية المصرفية في تلك الدول كانت سبباً للعلل الاقتصادية. وتحت عنوان الإصلاح المصرفي تندرج مواضيع عدة، كالتقيّد بالمعايير الدولية وبصورة خاصة انتقال رأس المال، الرقابة الداخلية، كفاءة الأصول وجودتها، الشفافية وقواعد الإفصاح، تخصيص مصارف القطاع العام، رفع كفاءة الموارد البشرية في العمل المصرفي، التدريب والتأهيل، التقنيات المصرفية، إدخال الصيرفة الإلكترونية وغير ذلك. هذه العناوين اعتبرها أولويات سابقة للدمج، لكن ذلك لا يمنع من أن يواكب الدمج العمل المصرفي العربي بحيث تستوعب الوحدات الكبيرة وحدات أصغر، أو تندمج المصارف الكبرى لتشكّل أحجاماً كبيرة تستطيع أن تتعامل مع حاجات التمويل ليس في العالم العربي وحسب بل في الخارج. وإن كنت أرى أن على المصارف العربية الفوز بالمنافسة في أسواقها قبل الأسواق الخارجية. فالنجاح في الداخل وهو المعيار، لأن النجاح في الخارج له عوامله وظروفه وشروطه التي قد لا تتوافر لغير المصارف الدولية في ظل العولمة الزاحفة.

المنافسة في أسواقنا

إذاً، الدمج بوجهيه الداخلي وعبر الحدود هو من طموحات المهنة المصرفية العربية، لكن، كما أشرت، ينبغي البدء بتنقية البنية المصرفية العربية من الشوائب حتى يكون الدمج مفيداً، فدمج جسمين عليلين لا يؤدي إلى قيام بنية صحية.

وعلى هذا الصعيد، لم تعد المصارف العربية بأحجامها متناسبة مع أحجام المصارف الدولية، وطريقة عمل الاقتصاد الدولي قد لا تجعل المنافسة بيننا وبين المصارف الغربية تنافساً على الحجم بل على الجودة والسلامة والفعالية، فهدفنا خدمة اقتصاداتنا وليس منافسة الاقتصاد الدولي تحقيقاً للربح في ظل "ديناصورات" مصرفية ضخمة لها تحالفات دولية وتواجد واسع في كل الأسواق.

إن هذا الميدان صعب إن لم يكن مستحيلاً، وأسواقنا هي ميدان التحدّي لنا وينبغي أن ننجح فيها. وهنا لا يمكن النظر إلى الدمج كوسيلة وحيدة لتأمين التمويل للمشاريع الكبرى. هناك آليات أخرى كالتحالفات الستراتيجية بين مصارف عربية وقد بدأنا نرى مثل هذه التحالفات، كما هناك أصول التمويل المشترك الذي يمكن أن تقدم عليه المصارف العربية. وما نراه أنه ليس في العالم العربي فجوة تمويل بل المشكلة هي في قيام المشاريع. نحن نرفع الصوت للمستثمرين العرب والهيئات الاستثمارية العربية أن تأتي بمشاريع تنطوي على قيمة مضافة. لم نرَ مشروعاً جيداً على الساحة العربية افتقد للتمويل، بل رأينا مشاريع غير مدروسة بأولوياتها وحصلت على تمويل بشكل كبير.

■ التعاون العربي البيني على الصعيد المصرفي أقرب منالاً من التعاون على صعيد السلع
■ العالم العربي لم يأخذ حقه من التصنيف الائتماني
■ أولوية الإصلاح تتقدم على أولوية الدمج
■ الأسواق المحلية هي معيار نجاح المصارف العربية

نموذج عن الانفتاح

■ ألا تعتقد أن الدمج قد يساهم في عملية إصلاح البنية المصرفية العربية؟

□ تحرير تجارة الخدمات وفتح العالم العربي أبوابه لدخول المصارف العربية ونشوء مصالح مصرفية مشتركة بدأنا نشهده في بعض البلدان ولا سيما لبنان. فقد دخلت خلال السنوات الخمس الماضية مجموعات مصرفية عربية مهمة إلى القطاع المصرفي اللبناني. وقد ساعد ذلك على بقاء هذا القطاع في واجهة القطاعات المصرفية العربية، كما استطاع هذا القطاع استقطاب أكبر نسبة ودائع مقارنةً بحجم الاقتصاد، فنسبة الودائع إلى الناتج الإجمالي والثقة بالقطاع تأتيان من انفتاح هذا القطاع ليس على المعايير المصرفية الدولية بل على التنوّع في بنية مساهميه الذي أعطى اطمئناناً إضافياً للمستثمر العربي ولصاحب الوديعة للتعاطي معه، وإنها لظاهرة ممتازة أن يكون حجم القطاع المصرفي أضعاف حجم الناتج وأن تتمتع المصارف بأعلى مستويات السيولة على الرغم من الأوضاع الاقتصادية الصعبة التي يواجهها لبنان لا سيما لجهة عجز الموازنة وارتفاع المديونية وتباطؤ النمو.

هيكلية ونظام مالي

■ إذا كان تفعيل دور الاتحاد هو المطلوب، ألا يحتاج الأمر إلى هيكلية جديدة للاتحاد؟

□ طالما نحن نخطط لوظائف جديدة للاتحاد فهذا يتطلّب أن تواكبه هيكلية جديدة ونظام مالي جديد. الجمعية العمومية الاستثنائية للاتحاد التي اجتمعت في نيسان/ أبريل الماضي جدّدت في النظام الأساسي وطوّرت في هيكليته وفي وظائفه، كما فوّضت الجمعية مجلس الإدارة بإصدار الهيكلية والنظام المالي الجديدين، وانتقال هذه الصلاحية إلى مجلس الإدارة يشكّل آلية مرنة تمكّن المجلس من مواكبة حاجات الاتحاد وتطوير الهيكلية بما يتماشى مع هذه الحاجات. إذاً نحن الآن أمام ستراتيجية تخلق وظائف جديدة تتطلّب تطويراً في الهيكلية، وسنطرح هذه الهيكلية في أول اجتماع لمجلس الإدارة على أن يواكبها نظام مالي جديد يساعد الاتحاد على أداء نشاطه. نريد للاتحاد دوراً قيادياً في المهنة المصرفية العربية، وهذا الدور منوط بالموارد البشرية المتوافرة وبقيادة مجلس الإدارة المتحمّس لإنجاز أفضل المهمات سواء بعناصره الجديدة أو بتلك المستمرة فيه من المجلس السابق. ■

أجرى الحوار: بهيج أبو غانم



بين بروكسل وباريس

يوسف شتوي يواجه "مؤامرة" جنون البقر

إنها قصة نجاح اللبناني في الخارج وهي نموذج لقصص كثيرة القليل منها معروف، إنها قصة ضريبة النجاح التي يدفعها اللبناني في الخارج، كل الخارج، من أفريقيا إلى الولايات المتحدة، فإلى أوروبا، حيث مسرح هذه القصة فرنسا "الأم الحنون"، التي ضاقت ذرعاً بنجاح "الإبن اللبناني" وكادت تقضي على جنى علمه وسنوات عمره.

د. يوسف شتوي طبيب جراح شاب عمل في مستشفيات باريس، كطبيب معاون، وفي العام 1991 إستثمر أمواله في شركة متخصصة في ميدان تغذية الحيوانات، واستمر نجاحه فأصبحت شركته EFI بفضل رقم مبيعاتها أول مصنع ومصدر في أوروبا للمركزات العلفية الغنية بالفيتامينات والمعادن والبروتينات.

هذا النجاح لم يرقْ لمنافسيه الأقوياء وذوي النفوذ فشنّوا عليه حملات إعلامية قاسية عزفت على أوتار "العواطف الوطنية" بشعارات ذات طابع شوفيني مستهجن في بلد ينادي بحقوق الإنسان مثل: "ماذا يفعل هذا اللبناني في قطاع التغذية الحيوانية؟"... أتريدون أن نكلمكم باللغة العربية لكي تفهموا...؟"

إلا أن د. يوسف شتوي الواثق من عمله وتقيّده التام بالمواصفات وبالأصول، المؤمن بقضيته، تصدى لـ"المؤامرة" وواجهها بجرأة وثقة، مستخدماً كل الوثائق والحقائق التي كانت بمثابة بينات تدحض اتهامات منافسيه ومن آزرهم من وسائل الإعلام المختلفة.

د. يوسف شتوي، بعد معركة قد لا يقوى عليها الكثيرون، نجح في مواجهة "المؤامرة" وحصل على صك براءة من القضاء الفرنسي.

فهل انتهت قصة شتوي في باريس؟ أم أن هناك فصلاً آخر ينتظره؟ وأي دور للديبلوماسية اللبنانية في هكذا حالات؟ وهل من عِبر يمكن استخلاصها من هذه التجربة؟

تتعرض المصالح اللبنانية في الخارج، والتي وصفها تقرير صحفي لمجلة "الإيكونوميست" كواحدة من بين ست إمبراطوريات مصرفية عالمية، لحملة تصفية حقيقية قد تكون مبرمجة إلى حد ما. وليس هذا من باب نظرية المؤامرة إطلاقاً، إذا أن كثيرين يتحدثون عن استهداف المصالح اللبنانية ومحاولات ضرب الوجود اللبناني الإقتصادي في القارة السوداء، ويشيرون إلى أن الصهيونية تقف وراء ذلك في خضم الصراع الخفي والمعروف بينها وبين اللبنانيين.

قصة يوسف شتوي

أما في أوروبا، وتحديداً في فرنسا "الأم الحنون" فقد جرى تطويق وإجهاض محاولات تأسيس حضور مصرفي لبناني قوي بحسب العديد من المصرفيين والمراقبين. وقد يكون في ذلك بعض المبالغة إلا أن ما اصطلح على تسميته "قضية شتوي" L'affaire Chataoui نسبة إلى **د. يوسف** اللبناني وسَوق الاتهامات بحق شركته "الشركة الأوروبية لصناعة الأعلاف" EFI بالتسبّب بمرض جنون البقر، قد يعتبر مؤشراً إلى انتقال العدوى الأفريقية إلى بلاد الـ Gaule لضرب واحدة من الشركات اللبنانية التي حقّقت نجاحاً مهماً في الخارج. كل ذلك رغم العلاقات العريقة بين لبنان الإبن وأمه الحنون فرنسا واعتبار هذه الأخيرة لبنان معقلاً أخيراً لها في الشرق الأوسط.

والأهم من ذلك كله، محاولة تصفية هذه الشركة التي اخترقت حاجز المنوعات بتغلّبها على الشركات الفرنسية المماثلة في صناعة الأعلاف ومحاولة جعلها "كبش محرقة" في قصة جنون البقر في بلد مثل فرنسا التي تعتّز بحكم القانون فيها.

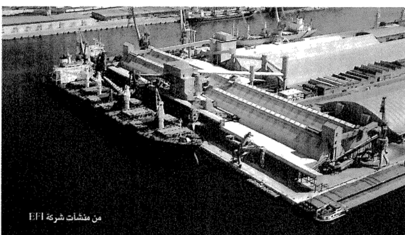
أما السؤال المطروح فهو: ماذا يفعل لبناني في قطاع تغذية الماشية في فرنسا؟ وكيف دخل **د. شتوي** معترك الصناعات الغذائية في فرنسا؟

بداية المشوار

في العام 1991 قام **د. شتوي** (وهو طبيب معاون سابق في مستشفيات باريس – قسم الجراحة) بإستثمار أموال في شركة SOGAL SA التي تأسست العام 1936 كشركة متخصّصة وعريقة في ميدان تغذية الحيوانات، وقد تمّ هذا الإستثمار عبر شراء **د. شتوي** 52 في المئة من رأس مالها.

وقد تدهورت أوضاع SOGAL أواخر الثمانينات وبداية التسعينات ما اضطر **د. شتوي** لتولي رئاسة مجلس إدارتها منذ نيسان / أبريل العام 1992 وفي أقل من سنة تمكّنت الشركة بقيادته من مضاعفة أرقام مبيعاتها وحقّقت أرباحاً من جديد كما أطلقت برنامج إستثمارات قوي في منشآتها وكوادرها.

وفي بداية العام 1992 أيضاً أسّس **د. شتوي** شركة بقيادته "EURO FEED INDUSTRIES-EFI" المتخصصة في إنتاج وتسويق تقنيات التغذية الحيوانية ومكوّناتها وسرعان ما أصبحت EFI بفضل رقم مبيعاتها أول مصنع ومصدّر في أوروبا للمركزات العلفية الغنية بالفيتامينات والمعادن والبروتينات.


من منشآت شركة EFI

"أسباب نجاحنا، يقول **د. شتوي** تكمن في إلمامنا بشؤون التغذية الحيوانية وأسواق التصدير وخصوصيات التعامل في هذا المجال مع الحرص على النوعية والسلامة الصحية والفعالية التي تميّز اختصاصي كجراح".

و"لهذه الأسباب مجتمعة اختارت مجموعة Carrefour وهي أكبر مجموعة أوروبية وثاني مجموعة في العالم في ميدان توزيع وتسويق الأغذية أحد مصانعنا كمورد وحيد معتمد لها في شمال فرنسا، وقد خصّص هذا المصنع منذ شباط / فبراير العام 2000 في إنتاج الأعلاف من مواد أولية ليست معالجة جينياً".

الطبيب الجراح يوسف شتوي ينشئ أول مصنع في أوروبا للمركزات العلفية

4 مصانع

تجلى الابتكار في ميدان صناعة الأعلاف الذي أطلقته مجموعة شتوي باعتماد أقصى درجات الضمانة والسلامة الصحية في إنتاج الأعلاف الحيوانية وذلك من خلال سياسة الفصل التام والتخصصية بين المصانع الأربعة التي تملكها الشركة في شمال فرنسا والعاملة على إنتاج الأعلاف الحيوانية بمختلف أنواعها. بمعنى أن الشركة قامت بفصل إنتاج أعلاف الأبقار عن الأعلاف الحيوانية الأخرى منعاً للتشابك الذي هو أحد الأسباب الرئيسية لتلوث الأعلاف البيئية (Croisée Contamination). كما يقول **د. شتوي** "إن المصانع الأربعة التابعة للشركة تشكل المجموعة الأوروبية الصناعية الوحيدة التي تمنح ضمانة كلية بعدم وجود أي تلوث بيني في الأعلاف من حيث استعمال المواد الأولية المختلفة، وذلك منذ العام 1996. وخطتنا بتخصيص المصانع، والتي أطلقناها بمبادرة خاصة منا من دون أن تلزمنا بها القوانين المعمول بها ورغم زيادة تكلفة إنتاجنا بحدود المليون دولار سنوياً، أكسبتنا ثقة المربي والمستهلك ومكّنتنا من زيادة حجم مبيعاتنا بنسبة أكثر من 25 في المئة سنوياً ومكّنتنا أيضاً من احتلال مركز ريادي معنوي في ميدان صناعة الأعلاف في أوروبا".

لم يقتصر نجاح مجموعة شتوي على السوق الفرنسية، ففي أقل من ثلاث سنوات، أصبحت EFI أكبر مصدّر للأعلاف المركّزة في أوروبا. وامتدت أسواقها من أميركا الوسطى إلى ماليزيا وإندونيسيا وتايلاند مروراً بمصر، الكاميرون، لبنان،



الصناعي الناجح في قطاع التغذية الحيوانية يتصدى لحملة اتهامات ملفقة من منافسيه

الأردن، سورية، العراق، السعودية وغيرها.

رقابة مشدّدة

يذكر في هذا السياق إلى أن الشركة اختارت كمركز رئيسي لتصنيع صادراتها المحطة المرفأية Northern Shipping الموجودة في مرفأ انتورب (Antwerp) في بلجيكا، والتي تملكها الدولة الفرنسية بواسطة المجموعة العامة EMC. وهذا يعني في ما يعني أن المحطة خاضعة لمراقبة الجمارك البلجيكية (التي تقع مكاتبها الدائمة في الموقع نفسه). ناهيك عن أن الشركة العامة للمراقبة SGS كلفت من قبل د. **شتوي** منذ اليوم الأول لبداية عمله بمراقبة دخول المواد وخروجها والتأكد من نوعيتها وسلامتها الصحية ومطابقتها المعايير والمواصفات المطلوبة، إذ أن الأجهزة والإدارات التابعة لوزارة الزراعة في المنطقة الفلامنكية البلجيكية كانت تراقب وتفحص وتصدر شهادات صحية تؤكد فيها النوعية والمنشأ لكل بضاعة عند التصدير.

ويقول د. **شتوي** "كنا دوماً نقوم بدور طليعي في أوروبا عموماً وفرنسا خصوصاً على مستوى ضمان سلامة الأغذية الحيوانية. فإلى جانب سياسة التخصصية الصناعية، بادرنا بلفت انتباه وزارة الزراعة الفرنسية إلى مخاطر عدم تطبيق قانون معالجة الطحين الحيواني على 133 درجة مئوية – ضغط 3 بار – لمدة 20 دقيقة وذلك قبل أكثر من سنة على إقرار هذا القانون بواسطة رسائل رسمية موجّهة إلى وزير الزراعة الفرنسي، وقد ألقت لجنة التحقيق في مجلس الشيوخ الفرنسي، في تقريرها الصادر في تاريخ 17 أيار/ مايو 2001 في موضوع مرض جنون البقر، اللوم على الحكومة الفرنسية بتأخرّها أكثر من سنتين في فرض تطبيق هذا القانون" ويضيف أن الشركة كانت أول من أطلق في فرنسا سياسة الشفافية الكاملة، وذلك بوضع كامل مكوّنات المواد الأولوية بتفاصيلها على العبوات.

ذريعة "جنون البقر"

أثار نجاح الشركة وتفوّقها على منافسيها الفرنسيين في قطاع الأعلاف الحيوانية، الذي تكافح الحكومات الأوروبية في مفاوضات منظمة التجارة العالمية لحمايته، أسوة بالقطاع الزراعي، من المنافسة الأجنبية، حفيظة المنافسين وخصوصاً الجمعيات التعاونية التابعة لأحد المصارف الفرنسية الكبرى التي لم يرق لها النجاح الذي حقّقته المجموعة في ميدان صناعة الأعلاف في فرنسا والمكانة التي وصلت اليها، إذ أصبحت مختلف المجموعات الصناعية الأوروبية مجبرة اليوم على سلوك الطريق الذي شقته EFI في ميدان النوعية، وقد شكل فوز إحدى شركات المجموعة بالحصول على عقود كبيرة مع الدولة العراقية مؤخراً الشرارة في إضرام نار المعركة الأخيرة ضدها. كما أقرّ سابقاً موظف في الدولة البلجيكية إن تحرك العام 1996 ضد EFI كان ناتجاً عن شكوى تقدّمت بها شركة منافسة بلجيكية أمام سفارة بلجيكا في دمشق تشكو فيها أنها لم تستطع أن تعمل في سورية في حين أن EFI احتلت الصدارة طيلة سنوات عدة ولم يمنعها عن العمل لاحقاً في سورية إلا الحظر الصحي الذي فرضته الأخيرة على المنتجات الفرنسية وثم الأوروبية ذات المنشأ الحيواني، وشكلت قضية مرض جنون البقر الفرصة الذهبية للإطباق على د. **شتوي** ومجموعته، فانطلقت عاصفة إعلامية وسياسية مجنونة "Pour abattre le Libanais"(!!) وقد ترافق تسعير الحملة الإعلامية على د. **شتوي** لتحطيمه وإخراجه من السوق عبر تحميله مسؤولية مرض جنون البقر مع شوفينية فرنسية تعزف على وتر "العواطف الوطنية" ومقاومة "الغريب": "ماذا يفعل لبناني في قطاع التغذية الحيوانية في فرنسا؟" أتريدون أن نكلمكم باللغة العربية لتفهموا؟".

هذا الكلام وغيره مثل "أريد القضاء على **شتوي**" اتى على لسان موظفين حكوميين بعيداً كل البعد عن القيم المهنية أولاً، وعن قيم الانفتاح الثقافي والإقتصادي ثانياً، وعن قيم حكم القانون والديمقراطية ثالثاً وهنا الخطورة. وقد دعا كل هذا د. **شتوي** في بداية العام 2000 إلى توجيه كتب رسمية مع إشعار بالوصول إلى كل من رئيس الجمهورية **جاك شيراك** والى رئيس الحكومة **ليونيل جوسبان** من أجل لفت انتباه الدولة الفرنسية إلى خطورة هذه التصرفات التي تتعارض مع الوجه الحضاري لـ فرنسا، من أجل وضع حد نهائي لها. وما ورد في كتبه في حينها "إننا لا نطلب المساعدة من أحد لأننا طبقنا دوماً القوانين من دون نقاش وبالتالي فإن عملنا فيه قوة القانون".

سجل بلا مخالفات

وقد تلازمت هذه السياسة التي اتبعت ضد مجموعة د. **شتوي** من قبل بعض المنافسين صدفة أم عمداً، يقول رئيس مجلس إدارتها، مع إجراءات مراقبة صارمة قامت بها أجهزة الرقابة الفرنسية (ضرائب – جمارك – مكافحة الغش – التفتيش البيطري) على كامل شركاته وعليه شخصياً، من دون أن تجد هذه الأجهزة أية مخالفة، إذ أجمعت جميع تقارير هيئات الرقابة وأجهزة التفتيش ومكافحة الغش على أن أية شركة في مجموعة شتوي لم تستعمل إطلاقاً طحين اللحوم لتغذية الأبقار حتى قبل القانون الصادر في العام 1990 والذي حظر مثل هذه الممارسات. وقد كانت هيئات الرقابة في الدولة الفرنسية على علم بهذا الموضوع، كما أن أية شركة في المجموعة لم تشتر أو تسوّق إطلاقاً منتجاً لا يطابق التنظيمات المرعية التطبيق خلافاً للعديد من الشركات الفرنسية الأخرى. "منذ عشر سنوات، لم تبلغنا أجهزة الرقابة الرسمية الفرنسية DSV,DGDDI, DGCCRF بأية مخالفة" كما يؤكد د. **شتوي**.

يذكر أن تقرير مجلس الشيوخ الفرنسي الصادر بتاريخ 17 أيار/مايو 2001، والذي يورد لائحة بمستوردي طحين اللحم البريطاني إلى فرنسا بعد الحظر، إما بموجب استثناء وزاري أو بموجب استيراد غير شرعي، إضافة إلى المخالفات التي


TOYOTA
بريـفيـا
PREVIA
SONAR
مستشعرات على المصدّين الأمامي
والخلفي تنبّه السائق عند مسافة
معينة الى اقترابه من أجسام
صلبة وتجنّبه الاصطدام بها.

ارتكبتها الشركات المختلفة والتي سجلت أثناء المراقبة الرسمية، لا يذكر على الإطلاق أياً من شركات مجموعة شتوي. وهذا ما أكد عليه د. **شتوي** في الكتاب الذي رفعه إلى مجلس الشيوخ بالذات لدحض الادعاءات والأكاذيب الملفقة بحقه وللرد على تساؤلات هذا المجلس في "قضية شتوي".

شتوي يرد

وتوخياً للدقة والموضوعية وتسليط الضوء على الحقيقة، ارتأت "الإقتصاد والأعمال" نشر بعض ما جاء حرفياً في كتاب د. **شتوي** الموجّه إلى مجلس الشيوخ الفرنسي، ويدحض فيه الاتهامات الموجهة إليه، ويجيب على تساؤلات وردت في إحدى جلسات المجلس مع تضمين الكتاب (المضمون مع إشعار بالإستلام) الوثائق اللازمة وتقارير أجهزة الرقابة والتفتيش. يقول كتاب د. **شتوي**:

"في ما يتعلق بتساؤلاتكم:

أ – كيف تمكّن منتجو البروتين الحيواني الفرنسيون الذين ينتجون طحيناً حيوانياً بواسطة منتجات عالية المخاطر كان يجب حرقها منذ حزيران / يونيو 1996، أن يسوّقوا هذا الطحين ويصدروه؟

– لم نشترِ إطلاقاً منتجات عالية المخاطر أو منتجات لا تتطابق مع التشريع النافذ.

إن أجهزة المراقبة في الدولة الفرنسية على علم بهذا الأمر منذ سنوات عدة لأننا كنا نخضع لمراقبة منتظمة ونقدم جردات عن مشترياتنا ومبيعاتنا في المواعيد المحددة.

كما لا يجب الخلط بين "مصنع مصنّف عالي المخاطر" و"مادة عالية المخاطر".

ب – لما تأخر كشف المخالفات المسجلة في أواخر العام 1996 والتي أبلغتها الإدارة البلجيكية إلى السلطات العامة الفرنسية أو لما تأخر التحقيق القضائي بشأنها؟

– بكل بساطة يا حضرة أعضاء مجلس الشيوخ، لم تحصل أية مخالفة. للتذكير فقط: منذ اليوم الأول لبدء نشاطنا في بلجيكا، يعلق د. **شتوي**، عملنا في المحطة المرفأية Northern Shipping في أنفرس Anvers والتي تملكها الدولة الفرنسية بواسطة المجموعة العامة EMC.

تبرئة من القضاء

ويضيف د. **شتوي** في كتابه إلى أن هذه المحطة خاضعة لمراقبة مصلحة الجمارك البلجيكية التي تقع مكاتبها الدائمة في الموقع عينه. "والمعروف أن هذه المحطة والشركة العامة للمراقبة، والشركة الأوروبية لصناعة الأعلاف لم تكن يوماً على علم بأي تفتيش من قبل السلطات البلجيكية لا في تشرين الثاني/ نوفمبر – كانون الأول/ ديسمبر العام 1996 – ولا بعد ذلك، وقد استمرت الشركة الأوروبية بالعمل بعد هذا التاريخ طيلة ثلاث سنوات في بلجيكا من دون أن توجّه لها السلطات البلجيكية أي ملاحظة حول طريقة عملها، وقد أعادت هيئتا الرقابة DGCCRF وDGDDI الفرنسيتان التأكيد علناً وأمام القاضية **بوازيت** المكلفة بالتحقيق في موضوع جنون البقر في فرنسا أنه لا يوجد قط أية مخالفة في عمل شركات د. **شتوي**.

يذكر أن القاضية **بوازيت** قد أطلّعت على كافة الأدلّة الضرورية وعلى جردة كاملة بمشتريات المجموعة ومبيعاتها منذ بداية نشاطها وحتى يومنا هذا، لتوضيح المسائل الواردة في ملفها ومساعدتها على كشف خيوط المؤامرة التي حيكت ضدها. وحيث أن المخرج القانوني الوحيد لملف هذه المجموعة في بلد القانون هو اعتبار الدعوى غير قائمة وإقفال ملف التحقيق الذي اختلق تجنياً حيث لم ترتكب أية مخالفة. وجميع هيئات المراقبة في الدولة على علم بهذا الأمر وهذا ما بدأ حصوله بعد أول مقابلة بين د. **يوسف شتوي** والقاضية **بوازيت**، ما دعا مصدراً رسمياً فرنسياً بأن يعلق على ما صرّح به مسؤول بلجيكي في ما يخص قضية د. **شتوي** بأنه يأتي ضمن إطار تصفية حسابات ليس إلا.

ضربة إعلامية قاضية

هذا ما ورد في كتاب د. **شتوي** الموثق إلى مجلس الشيوخ الفرنسي، إلا أن ردّ د. **شتوي** لم يتوقف عند هذا الحد، بل قام بضربة إعلامية قاضية على الجهات المنافسة لمجموعته والمدعومة من جهات رسمية كما يبدو "لإحراقي وجعلي كبش محرقة في قضية جنون البقر، وفي عملية التجاذب بين فرنسا وبلجيكا حول هذه القضية كما يقول د. **شتوي** الذي يضيف: "بعد فترة تقل عن الشهرين من الهجوم الإعلامي الأول علي، والذي قمنا بموجبه برفع دعوى قضائية أمام المحاكم الجزائية على كل من ثبت تورطه بهذا الموضوع، قامت الجهات نفسها بهجوم إعلامي ثانٍ وعلى صعيد أوسع بكثير. وإثر ذلك تحرك قاضي التحقيق لبحث أمور ملفنا حسب ما تناولته وسائل الإعلام.

على الأثر أجريت مداخلة تلفزيونية على القناة الفرنسية France 3 في 27 نيسان/ أبريل 2001 تعليقاً على ما حصل، وقد أكدّ المعلق بعد التحقق الفوري على الهواء لدى المديرية العامة لقمع الغش في فرنسا إنه لم يتم الكشف عن أية مخالفة في أية شركة من شركاتنا. وفور ذلك استتب الهدوء في وسائل الإعلام وكان ذلك ضربة قاضية، وأمام الرأي العام الفرنسي، للمحرّضين ضدّي. وقد قمّنا بعدها بالإدعاء أمام القضاء الفرنسي على وسائل الإعلام التي تناقلت اخباراً كاذبة ومدسوسة ضدنا، يذكر أن حجم أعمال المجموعة قد ازداد بعد الهجوم عليها، فمعظم الزبائن وعلى رأسهم Carrefour حافظوا على ثقتهم بها وهذا ما يعد إنجازاً مهماً رغم هجوم المنافسين.

حماية المصالح اللبنانية

إن الوجود اللبناني المنتشر في العالم ضمانة للبنان والعرب ومن الواجب صيانته وتنميته وإلا يقتصر دور الحكومة اللبنانية في هذا المجال على عدّ الضربات والعمل بعد تلقي الضربة على نقل الرفاة والمشردين من بلاد الإغتراب إلى ربوع الوطن.

فقضية **شتوي** وغيرها من المصالح اللبنانية في الخارج تبقى برسم الديبلوماسية اللبنانية التي يجب أن تبقى العين الساهرة على الحضور اللبناني الإقتصادي والثقافي في الخارج، فهذا الحضور شكّل ويشكل ثروة وطنية هائلة، ونافذة للإطلالة اللبنانية على الخارج، إضافة إلى كونه مورداً رئيسياً من موارد الدخل القومي. ■

دريد عوده

الحملة على اللبنانيين من القارة السوداء إلى أوروبا تطرح دوراً جديداً للديبلوماسية اللبنانية

مقال

إشكالات العولمة من جنوى إلى الدوحة

الدكتور شفيق المصري

أن يسقط الشهيد الأول للعولمة في جنوى خلال التصدّي لقمة الدول السبع مع روسيا منذ أسابيع، فإن ذلك يعني أن هذا التصدّي بلغ الحدّة المطلوبة والسخونة الخطيرة. وأن يقترح المندوب الكندي قرية ثلجية كندية نائية لاجتماع القمة الاقتصادية المقبلة تنأى عن تحرّك المعترضين وتسلم من غضبهم، فإن ذلك يعني أن الحركات الرافضة للعولمة قد باتت معولمة هي الأخرى.

إلا أن هذه العولمة السائدة اليوم تكتنفها مجموعة كبيرة من الإشكالات والتحديات التي لم تغب عنها يوماً منذ إنشاء منظمة التجارة الدولية في العام 1995 وحتى الساعة. ومن هذه الإشكالات ما هو بنيوي ملازم ومنها ما هو وظيفي لاحق، هذا فضلاً عن الهوة التي تزداد اتساعاً بين الشمال الغني الموحّد الصف والهدف وبين الجنوب الفقير المبعثر والمتعثّر.

ولهذا لم يكن مستغرباً بأن تتعثّر المنظمة ذاتها بدءاً باجتماع سياتل الذي شهد التنافر في الداخل كما شهد الاعتراض في الخارج. وليس مستغرباً الآن أن تشهد المفاوضات التي ستنعقد في الدوحة في تشرين الثاني/نوفمبر 2001 الإرباكات ذاتها بدءاً من التضارب في إعداد جدول الأعمال، مروراً بالتعارض في التعبير عن المطالب والمطالب المضادة، ووصولاً إلى التنافر في النتائج المرتقبة.

توافق على الإنقاذ؟

وعلى الرغم من هذه الأجواء المضطربة على الصعيدين الدولي والإقليمي، فإن جميع الدول متفقة على أمر واحد ولا سيما الدول الصانعة للقرار السياسي والاقتصادي معاً: أنه لا بدّ من تكثيف الجهود من أجل التوافق على إنقاذ منظمة التجارة الدولية وتيسير حركتها، وأن الفشل في مؤتمر الدوحة المقبل بعد الفشل النسبي في الاجتماعات السابقة، ولا سيما اجتماع سياتل في أواخر التسعينات، يعني نكسة كبيرة لدينامية المنظمة وتعليقاً مضطرباً لمساراتها الدولية.

وهذه الحاجة المتزايدة إلى إنجاح مؤتمر المنظمة في الدوحة تمليها اعتبارات عديدة منها:

– إن صدقية القواعد التجارية التي تنطلق منها المنظمة أصبحت على المحك اليوم بعد إصرار أميركي وأوروبي مشترك على إبقاء السياسة الحمائية الزراعية ما يخالف هذه القواعد وما يثير الاعتراضات الدائمة لجميع الدول الأخرى عليها.

– إن المسألة الزراعية مرتبطة، بشكل أو بآخر، بالمسألة البيئية أيضاً. وهي اليوم مثار اعتراضات كثيرة مفادها أن التيار الجارف للعولمة يسيء إلى البيئة بدافع الربحية ويهمل الناس بدافع الاستثمار، لذلك فإن الضرورة تقضي بمزيد من التنبّه لهذا الشأن والتنسيق الدولي من أجل تفاديه.

– إن الاقتصاد الأميركي، على الرغم من الجهود المكثّفة، لا يزال متباطئاً وأن نموه لا يزال هشاً. وهذا يقتضي، أميركياً، العمل على توسيع النطاق التجاري الدولي وتفعيل حركته الدولية.

– إنه لا بدّ من إزالة العوائق التي تحول دون تفعيل التنسيق التجاري الأميركي – الأوروبي من أجل توحيد الأهداف التجارية للاثنين معاً مع إمكانية تقليل المنافسة أو تحديد أطرها.

– ويبدو أن هذا الواقع الأميركي البطيء والهش غير بعيد عن الوضع الاقتصادي المماثل في اليابان والاتحاد الأوروبي حيث يلاحظ المراقبون نسباً ملحوظة من التراجع واحتمالات الركود الاقتصادي العام. ويعتبر هؤلاء أن إطلاق التجارة الدولية يساهم في التحرر من هذا الركود الملحوظ.

"الناس قبل الربح"

وعلى الرغم، من جهة مقابلة، من أن الحركات المناهضة للعولمة لا تملك، لغاية الساعة، أية خطة دولية متكاملة تتمحور حول بدائل تجارية واقتصادية ممكنة، وعلى الرغم من افتقادها إلى إدارة مركزية موجّهة ذات أبعاد مدروسة.. على الرغم من هاتين الثغرتين الكبيرتين، فإن هذه الحركات تتنامى بشكل مطرد وذلك لعدد من الأسباب والدوافع:

– أنها (أي الحركات المناهضة للعولمة) تنطلق من قاعدة لا يمكن إنكارها ولا التقليل من شأنها، وهي قاعدة حقوق الإنسان. والذي يعنيها من هذه الحقوق ما يعود إلى وضع الإنسان الاجتماعي وضمانات حياته من جهة وما يعود إلى حماية البيئة الإنسانية من جهة أخرى. لذلك تبدو نداءات هذه الحركات ذات مضمون جاذب يتعلّق بالقيم، أو كما تصرّ دائماً على إطلاق شعار "الناس قبل الربح". ولهذا السبب، ربما، تتنامى الدعوات إلى التصدّي للعولمة ولكافة تشعّباتها الظالمة.

– إن الحركات ذاتها، على تباين اتجاهاتها الفكرية والعقائدية والسياسية العامة، تبدو مستعدة للتصدّي ومصرّة على المواجهة، وهي في تحرّكها العام لا تقتصر على دولة ولا على إقليم. وهي ستتوجّه، بالوتيرة ذاتها، إلى رفض مؤتمر الدوحة والاعتراض على أعماله ومنع التوصّل إلى إقرار نتائجه. وقد بدأت هذه الاستعدادات منذ وقت مبكر سواء في التحضير حيث سينعقد المؤتمر أو في عدد من الدول الأخرى. وقد تكون بيروت واحدة من مراكز التجمّع هذه.

– واستناداً لذلك، فإن العلاقة الجدلية باتت واضحة بين الإصرار على إنجاح العولمة لأسباب اقتصادية بحتة تشحنها الشركات العابرة للجنسية وبين الإصرار المقابل على التصدّي لها لأسباب إنسانية – اجتماعية بيئية. ويبدو أن مؤتمر الدوحة لن ينجو من هذه المواجهة أيضاً وإن تسبّب ذلك بإشكالات أخرى غير اقتصادية في الدوحة أو في عواصم أخرى.

ثقافة العولمة

إن الشعارات السائدة التي يطلقها مروّجو الاقتصاد المعولم حول "القرية الكونية" و"التنمية الشاملة" و"الاقتصاد الجديد"... الخ يعوزها الكثير من الدقة والتحديد والتقويم.

وإذا كان صحيحاً أن الأسواق العالمية تقدم الفرص للجميع، إلا أن الصحيح أيضاً أن هذه الفرص لا تضمن النتائج المعقولة والمقبولة لدى الجميع.

ولعلّ تقصير منظمة التجارة العالمية، كمؤسسة دولية، ساعد في إهمال هذه الشعارات وإنكارها في بعض الأحيان. وقد تمثّل تقصير المنظمة الدولية في أكثر من مجال وانعكس سلباً على غير صعيد.

– فمنظمة التجارة الدولية لم تستطع أن تتحرر من سيطرة الشركات العابرة للجنسية في القواعد التي رسمتها واستثنت منها أصلاً السلع التي لا تعنيها مباشرة مع أنها تشكّل المصدر الأساسي لعدد من دول الجنوب.

– وهي (أي المنظمة) لم تكن حاسمة في تدابيرها مع الدول الكبرى التي أبقت أنماطاً متعددة من السياسات الحمائية التي حالت دون تطبيق قواعد التجارة الدولية بشمولية تامة تستفيد منها منتجات الجنوب أيضاً.

– وهي (المنظمة أيضاً) لم تسعَ إلى نشر ثقافة شعبية سائدة حول التجارة الدولية وحسناتها وإنما اكتفت بفرض القواعد التي ارتأتها مصالح دول الشمال فقط.

ولعلّ هذه العقبة تواجه المنظمة في إطارها الشعبي العام. فهي، في مؤتمر الدوحة مثلاً، لن تسعى إلى التعامل مع الناس، في هذه المنطقة كلها، بلغتهم ولا بثقافتهم. فهم لا يعرفون عن المنظمة شيئاً ولا عن منافعها، ولا يمكن في سياق سياسة التجهيل هذه أو الإغفال المقصود، أن يلقى المؤتمر أي تجاوب أو حتى اكتراث. وما يصحّ في منطقة معينة يصحّ في الأخرى طالما أن المنظمة ذاتها لا تسعى إلى تعميم ثقافة عامة ومدروسة حول حسنات هذا "الاقتصاد الجديد".

الدوحة والمشاركة العربية

أما بالنسبة للمؤتمر المقبل للمنظمة في الدوحة – قطر بالذات، فيمكن إبداء بعض الملاحظات منها:

أ– إن ما تسعى قطر إليه من دعوات متكررة إلى "فصل السياسة عن الاقتصاد" أمر غير وارد في الظروف الراهنة، ذلك لأن المجازر التي ترتكبها إسرائيل يومياً بحق الشعب الفلسطيني والسياسة العدوانية المعلنة من قبلها ضد كل العرب، لا يمكن أن تمرّ من دون أي اكتراث، كما لا يمكن أن تتجاوز الدول العربية مقررات القمم العربية التي بدأت في القاهرة في العام 1996 وتأكّدت في عمان في العام 2001 وقضت بمقاطعة كل نشاط في لجان أو مؤتمرات تشارك فيها إسرائيل. والمعروف أن لهذه المقررات لجان متابعة تمثّلت في لقاءات وزارية وإدارية لتنفيذ هذه المقررات.

وكذلك فإن الدول الإسلامية التي أكّدت على قرارات المقاطعة في أيار/ مايو الماضي وقضت بوقف الاتصالات السياسية والاقتصادية مع إسرائيل لا يجوز أن تعتبر ذات فاعلية منقوصة ولا يجوز أيضاً أن يتناولها البعض على أنها ليست "شرطاً أن تلتزم كل الدول حرفياً هذا القرار".

ب– وإذا كانت إسرائيل، اليوم، بحاجة إلى المشاركة في المؤتمر لإنقاذ سمعتها السياسية من جهة ومعاودة انطلاق سياستها التطبيعية من جهة أخرى، فإن أقل ما يمكن عمله على الصعيد العربي العام هو عدم الانسياق في هذا الاتجاه الإسرائيلي.

وإذا كانت بعض الأخبار تشير إلى أن الأزمة الاقتصادية في إسرائيل تزداد تفاقماً بسبب الانتفاضة الفلسطينية المستمرة، فإن من المنطق البسيط أن يسعى الجانب العربي إلى عدم التفريج عن هذه الأزمة الإسرائيلية.

وإذا كانت الدول العربية، أو معظمها، قد رفضت دعوة الاتحاد الأوروبي إلى الفصل بين السياسة والاقتصاد في سياق الحوار الأوروبي – المتوسطي فلا يجوز لها أن تقبل مثل هذا الفصل اليوم بدعوة من إحدى هذه الدول العربية بالذات.

ليست مسؤولية المقاطعين

ثم أن الاندفاع إلى مؤتمر التجارة الدولية في الدوحة لا يحظى بالأسباب المبررة الكافية، وبالتالي فإن الدول العربية التي ستقاطع هذا المؤتمر لن تكون مسؤولة عن فشله.

– فالإشكالات البنيوية والوظيفية التي ترافق منظمة التجارة الدولية (والتي سبق ذكر بعضها) لا تزال قائمة. ومنظمو المؤتمر لم يتوصلوا، بعد، إلى تحديد واضح لجدول الأعمال من أجل معاودة المفاوضات وإزالة الأمور العالقة، وحتى إذا توصلوا إلى ذلك، فإن المواضيع المدرجة ستكون بمثابة تسويات جزئية وليست حلولاً ناجعة.

ولا تزال الدول الفقيرة والنامية – ولا سيما الدول الأفريقية تتعامل مع منظمة التجارة الدولية بكثير من الارتياب وعدم الثقة. وقد سعت هذه الدول الأفريقية، منذ نهاية تموز/يوليو إلى تنسيق جهودها وتوحيد مطالبها التي ستعرضها في هذا المؤتمر المرتقب في الدوحة: الوصول إلى الأسواق العالمية، الإعفاء من قيود الحصص، الإعفاء الجمركي، إدخال منتجاتها ضمن قواعد التجارة الدولية، وزيادة مساهمات البلدان المتقدمة في تمويل برامجها الإنمائية... الخ. كما أن هذه الدول الأفريقية ستسعى إلى تنسيق الجهود مع الدول الأخرى المماثلة للتخفيف من قيود المعايير التي تفرضها دول الشمال بالنسبة لمعايير العمل والشروط البيئية وانتقال الأشخاص وغيرها.

لقد آن الأوان لكل دول الجنوب أن تبحث جدياً عن البدائل التي تراها ضرورية لتنسيق جهودها الاقتصادية العامة بما يكفل لها شبكات الأمان الضرورية في تفادي الأزمات المالية والاقتصادية الطارئة من جهة أو في حسن معالجتها من جهة أخرى. وإذا كانت هذه الدول قد اكتفت، لغاية الساعة، بمجرّد الاعتراض أو التحفّظ فلا يوجد أي مبرّر لها، بعد اليوم، في المواظبة على هذا الارتباك المتردّد والضعف المستساغ. ■

مقال

"أوبيك" ومأزق الحفاظ على الأسعار

منظمة الدول المصدّرة للنفط "أوبيك" هي غالباً في موقع المسؤولية عن ارتفاع أسعار النفط أو انخفاضها. وبعد زيادات تدريجية في الإنتاج لدول المنظمة خلال العامين الماضيين للإبقاء على الأسعار ضمن معدلات مقبولة (22 إلى 28 دولاراً للبرميل) تقف دول المنظمة حائرة بين خياري الإبقاء على معدل الإنتاج الحالي أو تخفيضه، وفي كل من هذين الخيارين سلبيات عدة وإيجابيات قليلة.

والإبقاء على مستوى الأسعار (حسب بداية حزيران/يونيو 2001) قد يؤدّي إلى انخفاض معدلات الأسعار في ظل توقعات انخفاض الطلب على النفط تدريجاً وبصورة حثيثة. هذا الأمر يعيد إلى ذاكرة الدول المصدّرة، حيث معظمها يعتمد على إيرادات النفط، مرحلة الانكماش الاقتصادي والمالي الحاد الذي شهدته هذه البلدان أواخر التسعينات، وبالتالي، فإنها تبدو مخاوف قوية إزاء هذا المشهد أو هذا السيناريو. ففي تلك الفترة وصل السعر إلى مستوى متدنٍ راوح بين 10 و15 دولاراً للبرميل، الأمر الذي انعكس سلباً على الإنفاق الحكومي في تلك البلدان وعلى الموازنات العامة وعلى معدلات النمو، فضلاً عن تقلّص الاحتياطات الحكومية. وعانت دول أوبيك كثيراً وتعلّمت من صعوبة وكلفة إعادة التوازن إلى السوق ورفع الأسعار إلى المعدلات المطلوبة.

فما هي إذاً انعكاسات ونتائج السياسات التي يبدو أن أوبيك اعتمدتها في الآونة الأخيرة والمتمثّلة بخفض الإنتاج للحفاظ على أسعار "مقبولة"؟

الملاحظ أن المنظمة تعتمد أساليب عدة للتأثير على الأسعار قبل اللجوء إلى "العملية الجراحية" كإطلاق التصريحات الهادفة إلى طمأنة الأسواق وضبط الأسعار. وفي حال فشَلَ هذه الوسائل وسواها تجتمع المنظمة وتقرر غالباً خفض الإنتاج رسمياً لضبط الأسعار عبر آلية الإنتاج، والتي تقضي برفع أو خفض الإنتاج إذا ما تخطّت الأسعار الحدين الأقصى والأدنى المحددين في مدة تتعدّى عشرة أيام عمل متتالية (بدلاً من فترة الـ 30 يوماً التي اعتُمدت سابقاً). ولسياسة خفض الإنتاج لدعم الأسعار محاذير عدة أهمها:

أولاً: احتمال استفادة الدول المنتجة من خارج أوبيك، إضافةً إلى العراق الموضوع حالياً خارج نظام الحصص المتبع في المنظمة، فضلاً عن رفع الحصص السوقية لهذه الدول في ظل عدم وجود عوامل تؤثّر سلباً على حجم الإنتاج. فالمعروف أن أنشطة التطوير في الدول خارج المنظمة شهدت ارتفاعاً ملحوظاً منذ العام الماضي بسبب ارتفاع أسعار النفط وبالتالي مداخيل وأرباح شركات النفط العالمية، وبسبب توقعات ارتفاع الطلب عالمياً التي سادت في الفترة الأخيرة. يضاف إلى ذلك، كلفة الإنتاج لدى الدول المنتجة داخل وخارج المنظمة التي شهدت انخفاضاً تدريجياً ومطرداً، ما يجعل هذه الدول تحافظ على معدلات إنتاج مرتفعة على الرغم من أي تراجع محتمل في الأسعار.

ثانياً: الإبقاء على أسعار مرتفعة سيحفز الشركات العالمية على زيادة استثماراتها في عمليات الاستكشاف والتطوير، ما سيرفع حتماً من معدلات الإنتاج في البلدان التي تمارس فيها هذه الشركات نشاطها بحرية، وهي في معظمها دول لا تنتمي إلى "أوبيك" ولا تتقيّد بالتالي بأي "كوتا" إنتاجية، وهذا ما سيؤثّر سلباً على الحصة السوقية لدول "أوبيك".

ثالثاً: لسياسة الإبقاء على أسعار مرتفعة للنفط تأثيرات سلبية أيضاً على الطلب خصوصاً في الدول التي تتدنّى فيها نسبة الضرائب على المشتقات النفطية، ولهذا الأمر تأثيرات غير مباشرة أيضاً منها أن ارتفاع كلفة استيراد النفط في الدول المستهلكة يؤدّي عادةً إلى تراجع النمو الاقتصادي وبالتالي إلى انخفاض الطلب على النفط.

رابعاً: إن اعتماد سياسة خفض الإنتاج سيزيد من حجم طاقة الإنتاج الاحتياطية والتي تقدّر حالياً بنحو 16 في المئة من طاقة الإنتاج الإجمالية لدى دول أوبيك. وهذه الطاقة مرشّحة أصلاً للارتفاع بسبب وجود مشاريع تطوير جديدة من المنتظر أن يبدأ الضخ فيها قريباً. والمعروف أن الطاقة الاحتياطية للإنتاج هي مكلفة في طبيعتها وغير مجدية لأنها تتطلّب نفقات إضافية لصيانة الآبار والمنشآت من دون الإفادة منها، وهذا ما يساهم عادةً في إغراء المنتجين عادة لعدم الالتزام بالحصص الإنتاجية التي تضعها الأوبيك، ما قد يغرق السوق في كميات إضافية تؤدي حتماً إلى الإخلال بميزان العرض والطلب.

وفي ظل هذه المعطيات، تجد منظمة أوبيك نفسها غير قادرة على تحديد رؤية طويلة الأمد لاتجاهاتها وسياساتها واستراتيجياتها معاً، فيما تتسرّب تقارير دورية عن مستوى حجم الاحتياطي الأميركي قد تكون غير دقيقة وتحمل توجّهات معينة. وكل ذلك يجعل من عملية أخذ القرار وصناعته داخل المنظمة عملية شاقة وغير مؤكّدة النتائج أو المفاعيل.

ولا شك في أن الوضع الحالي بكل تعقيداته ومعطياته يكشف عن السمة الدّورية لاقتصاديات النفط، ما يرجّح وجود اتجاه ثابت ولو تدريجي نحو مرحلة قد ينخفض فيها حجم الطلب ويزداد حجم الإنتاج، ولا بدّ أن تؤدّي إلى انخفاض الأسعار. ■

د. ناجي أبي عاد

لا أحد يعرف لندن مثل

أهلها!



أفضل مصانع القمصان - شارع جيرمين

أفضل أطباق السمك والبطاطا - مطعم السي شيل

أفضل دليل للمطاعم - تايم آوت،

لكن تذكّر ألاّ تفتح مظلّتك في الداخل، فذلك يُعتبر مصدر شؤم...

كلّ ذلك نعرفه وأكثر بدءاً بأجمل الأماكن السياحية ومراكز التسوّق وكل من يمكنه أن يُضفي الإثارة على رحلتك.

ذلك أنّنا في لندن **وفي ٣٧٢ مكاناً حول العالم** نعيش حيث نعمل،

لذا ستحظى معنا بأحرّ استقبال وبأنجح رحلة.

نفكّر بك



www.marriotthotels.com

يمكنكم أن تنعموا بخدمة ماريوت في أكثر من ٣٧٢ مكاناً في ٤٨ بلداً حول العالم بما فيها ١٠ في الشرق الأوسط. أحصل على رحلات أو إقامات مجّانية مع مكافآت ماريوت. للحجز في أي من فنادق ماريوت حول العالم يُرجى الاتصال بالأرقام المجّانية:
المملكة العربية السعودية ١٤٣٧ ٨٩٧ ٨٠٠، الإمارات العربية المتحدة ٤١٤٦ ٨٠٠، لبنان ٤٢٦ ٨٠١ (٠١)*، مصر ٥١٠ ٠٢٠٠ (٠٢)*، الكويت ١٣٤٢ ٠٢٤٠**، الأردن ٥٦٩ ٧٧٥٦ (٠٦)**، قطر ٠١١٧٧ ٠٨٠٠*، عُمان ٢٩٥ ٧٩٩، البحرين ٧٢٤ ٨٠٠، سوريا ٠٨٠١ ١*
- *في حال توافر خدمة AT&T USADirect®800Service، إستمع إلى التعليمات واتصل بنا على الرقم ٦٦٢٦ ٤٣٢ ٨٠٠ ** رقم محلي.



الرئيس التنفيذي للمجلس الأعلى للتنمية الاقتصادية في البحرين

جمال الهزيم: خمسة محاور لجذب الاستثمار

البحرين: مروان النمر

■ **المستثمر الأجنبي ينظر دائماً إلى المستثمر المحلي، فإذا أقبل الأخير أقبل الأول باطمئنان، لكن المستثمر البحريني خلال الفترة السابقة لم يلعب الدور المطلوب، فما هو السبب وما هو الحل؟**

□ الحلّ في إيجاد المناخ الملائم للمستثمِر المحلّي والأجنبي، حيث أن هنالك تراكماً سلبياً في العلاقة بين المستثمر والأجهزة الحكومية منذ 30 عاماً أوجد نوعاً من انعدام الثقة، وهذا ليس نابعاً من سياسة متعمّدة بل من التجارب والعوائق كالبيروقراطية وعدم وضوح القوانين واللوائح. إذاً علينا إعادة الثقة بين القطاعين العام والخاص، حيث يجب أن يقلّ دور الحكومة الاستثماري، وتتحوّل من مستثمر إلى مسهّل للاستثمار من خلال التأكّد من وجود البنية الأساسية، وعندما يتأكّد المستثمر أن الحكومة تعمل على تأمين البنية التحتية والتسهيلات يقبل على الاستثمار. كذلك على الحكومة عدم القيام بمشاريع منافسة له، أما المشاريع القائمة لديها فالحلّ بالتوجّه نحو التخصيص، لتلعب الحكومة دور الرقيب والوسيط والمسهّل.

■ **ألا تصطدم الخطوات العملية لتحقيق ذلك ببعض الطموحات الشخصية لمسؤولين لديهم مشاريع خاصة أو يشرفون على مشاريع حكومية؟**

□ البوادر جيّدة حتى الآن، إذ أن الانفتاح الذي يقوده الأمير **حمد بن عيسى آل خليفة** أعطى الناس القدرة والقابلية على إيصال شكواهم إلى المسؤولين إذا واجهتهم مشاكل، سواء عن طريق الاتصال المباشر أو الصحافة. فالمسؤول في النهاية "خادم عام" يعمل لفترة ويمشي والمفروض أن لا يكون لديه أيّ مصالح شخصية، بل ينظر للمشروع من زاوية فائدته وجدواه للبلد ومراعاته للقوانين. أما إذا كانت هنالك مصالح ضيّقة وتعاطٍ مع المشاريع كون هذا المشروع سينافس ذاك، كأن سيؤثّر على مشروع لقريب أو لفلان من عائلته، عندها ستأخذ الأمور منعطفاً آخر.

■ **وهل يكفي ذلك لوحده؟**

□ لا، الأكثر من ذلك يجب أن تكون اللوائح والشروط للاستثمار واضحة وعلنية وتُطبّق على الجميع، فلا تكون غامضة وخاضعة للتأويلات والتفسيرات. والحكومة الآن، وخصوصاً وزارات الخدمات، تنكبّ على وضع اللوائح، فإذا أتى مستثمر محلّي أو أجنبي، يعرف المشاريع المتوفّرة والشروط الواجبة عليه والامتيازات إذا وُجدت، وهذا هو المطلوب بالحدّ الأدنى.

لوم وليس تحاملاً

■ **لوحظ مؤخراً تحاملكم على القطاع الخاص المحلّي واتهامه بالتقاعس، ما السبب؟**

□ نحن لا نتحامل على القطاع الخاص بل إن الحكومة مُلامة أيضاً بسبب البيروقراطية وتعقيد الإجراءات لسنوات طويلة، فواقع الحال في بعض الأحيان بأن يستطيع موظف صغير في وزارة أو دائرة حكومية معيّنة تعطيل مشروع بعشرات ملايين الدولارات. لكن القطاع الخاص خلال السنوات العشرين الأخيرة تقاعس في معظم الأحيان عن القيام بمشاريع تنموية وطويلة الأجل وركّز على المشاريع القصيرة ذات المردود السريع أو التي تقوم على أساس العمولة أو الوكالات. ففي نهاية السبعينات وبداية الثمانينات كانت هنالك مشاريع كبيرة كالفنادق والمنشآت السياحية والصناعية لكنها توقّفت في ما بعد، لذلك نحن نحثّ القطاع الخاص على العودة إلى هذه المشاريع ولعب دوره في التنمية الشاملة وقيادة اقتصاد البحرين.

■ **ولكن ألم يكن للقطاع الخاص دور مهم في تحويل البحرين إلى مركز مالي مرموق من**

إذا كان البعض يعتبر العولمة الاقتصادية ضرراً مطلقاً على الاقتصادات العربية وإغراقاً لها، فإن البعض الآخر يرى في الواقع الجديد تحدّياً إيجابياً لدول المنطقة، يفرض عليها ستراتيجيات واضحة ورؤى شاملة لتحديد الدور الإقليمي، بعيداً عن مناظير الحكومات الموجّهة وقريباً من وجهة نظرها.

"الخلطة السحرية" بين القطاعين العام والخاص تُدعى مجالس التنمية الاقتصادية، علاج بدأت عدواه مؤخراً تنتشر من بلدٍ عربيٍّ إلى آخر، لتدلّ على يقين الحكومات، وإن جاء متأخراً، بأن عليها أن تشرك قطاعها الخاص في رسم الخطط والتوجّهات الاقتصادية المستقبلية وتحديد الأولويات. فتتحوّل الحكومات من مستثمر إلى وسيط، ويتحوّل القطاع الخاص من منفّذ للمشاريع إلى شريك في التنمية.

في 2 نيسان/أبريل 2000 صدر المرسوم الأميري في البحرين بإنشاء وتنظيم المجلس الأعلى للتنمية الاقتصادية. رئيس الوزراء يرأس المجلس، حضورٌ دائم لوليّ العهد، 7 وزراء و7 من رجال الأعمال، ورئيس تنفيذي يحمل معه 20 عاماً من الخبرة في القطاع الخاص، قضى معظمها في شركة "آرثر أندرسن" العالمية.

جمال الهزيم يتحدّث لـ"الاقتصاد والأعمال" عن مناخ الاستثمار في البحرين، القطاعات الجاذبة، المركز المالي والمصرفي، تقنية المعلومات وتنمية الموارد البشرية، القطاع الصحّي، الخصخصة، أبرز المشاريع، فتح سوق الاتصالات، بحرنة الوظائف، دور البحرين الإقليمي، المنافسة والتكامل ومجلس التنمية الاقتصادية وآلية عمله.

خلال جذب كبرى البنوك العالمية؟

□ البنوك الأجنبية الموجودة في البحرين لم يجذبها أحد، بل أتت لوجود فرصة لها نتيجة تكوّن احتياطي هائل من إيرادات البترول تزامن مع نقص شديد في البنية التحتية والخدمات تولّدت عنهما مشاريع عملاقة احتاجت إلى تمويل وإلى دراسات وإدارة لا تقوى عليها إلا مصارف ذات مكانة وسمعة عالميتين، بالإضافة إلى انتقال بعضها نتيجة الحرب في لبنان، لكن وجودها في تلك الفترة بالفعل كان لخدمة أسواق كبيرة كالسعودية أو الكويت أو الإمارات، حيث كانت هنالك مشاريع تحتاج إلى ترتيبات تمويلية ومنفّذوها شركات أجنبية كبرى. فالشركات الأميركية كانت ترغب بالتعامل مع بنوك أميركية في المنطقة، والشركات الكورية تريد التعامل مع بنوك كورية والشركات اليابانية كذلك والفرنسية والبريطانية. ونلاحظ أنه كان لدينا 7 بنوك فرنسية في البحرين، أين هي الآن؟ لقد رحلت لأن المشاريع انتهت والفرصة لم تعد متوفّرة.

ظروف الأوف شور

■ **إذاً ما الذي أتى بهذه البنوك إلى البحرين تحديداً؟**

□ أولاً الإعفاء من الضرائب، بالإضافة لوضوح الرؤية والقوانين والتشريعات المالية الصادرة عن مؤسسة نقد البحرين، وما ساعد على خلق هذه السمعة والثقة هو ارتباطها الوثيق منذ بداية تطوير القطاع المصرفي مع بنك إنكلترا (Bank Of England)، ووجود مستشارين منه بشكل دائم بالإضافة لتدريب موظفي المؤسسة فيه.

وهنالك عاملان أساسيان ساهما في تطوّر القطاع المصرفي في البحرين، أولاً الرؤية الواضحة والقيادة الحكيمة من قبل وزارة المالية ومؤسسة النقد للقطاع منذ البداية. وثانياً أن البنوك المحلية عند نشأتها اعتمدت على الإدارة الأجنبية خصوصاً الأميركية، كبنك البحرين الوطني والبنك الأهلي التجاري وبنك البحرين والكويت، وهذه كانت خطوة مهمّة جداً لها بدل أن تبدأ من الصفر وساعدتها في تكوين الخبرات والكوادر التي أفادت المنطقة برمّتها. وتحاول الآن الكثير من الإدارات والوزارات في البحرين، انتهاج سياسة وتجربة مماثلة أو قريبة لتلك كوزارة التجارة والصناعة على سبيل المثال.

■ **نلاحظ في الآونة الأخيرة حرباً على مراكز "الأوف شور" في العالم باعتبارها إحدى أدوات تبييض الأموال، هل تأثرت البحرين بذلك؟**

□ البحرين من أوائل الدول التي طبّقت معايير المحاسبة الدولية والإفصاحات الملزمة خصوصاً على البنوك وهو ما ولّد الثقة بالسوق، في حين أن عدم الوضوح في القوانين ووسع دائرة الإستنساب لدى بعض الدول هو الذي يولّد الشك. ومؤسسة نقد البحرين لا تسمح لبنوك، ولم تسمح، بفتح فروع لها في البحرين إذا كان مقرّها الرئيسي موجوداً في بلد لا يعترف بالجهاز الرقابي. وتاريخ البحرين كمركز مصرفي منذ 1973 يشهد أن البنوك التي رحلت تعدّ على أصابع اليدّ إما لانعدام الفرصة أو للإندماج أو لأسباب فنيّة أو هيكلية أو داخلية لديها لا أكثر ولا أقلّ.

قطاعات

■ **ما هي القطاعات الأساسية التي يعتبر مجلس التنمية الاقتصادية أن لها الأولوية في تشجيع الاستثمار واجتذابه؟**

□ القطاعات الخمسة التي رأى المجلس ضرورة تشجيعها هي السياحة، التعليم والتدريب، العناية الصحيّة، تقنية المعلومات والقطاع المالي. والأخير قطاع موجود ومهمّ ويجب المحافظة عليه وتطويره، خصوصاً أن مساهمته في الناتج المحلّي تبلغ 21 في المئة، أيّ أكثر من البترول.

هذه القطاعات الخمسة هي الأساس ولها الأهمية القصوى استناداً إلى دراسة خاصة ومستفيضة لشركة استشارية رأت فيها مجالاً واسعاً لتشجيع الاستثمار، لكن ذلك لا يعني أن القطاعات الأخرى لن تنال العناية.

■ **ماذا عن الصناعة؟**

□ الصناعة مهمّة جداً ولدينا أكبر مصهر للألمنيوم في العالم، ويجري العمل لزيادة طاقته الإنتاجية من 500 إلى 750 ألف طن متري سنوياً. وتتركّز رؤية المجلس على تشجيع الصناعات ذات القيمة المضافة لا التقليدية. لكن مشكلتنا في هذا القطاع تكمن في ضآلة الموارد الطبيعية والضرورية اللازمة كالغاز، لذلك لا نستطيع تشجيع مشاريع تحتاج إلى كمية كبيرة من هذه المادة لأن ذلك يشكّل خطراً على المخزون وعلى المشروع نفسه، والخيار الوحيد لدينا هو الوصول إلى اتفاقات مع دول مجاورة لديها الغاز لتزويدنا به، حتى ذلك الوقت نقوم بتشجيع صناعات قائمة كالألمنيوم، البتروكيميائيات، والحديد حيث لدينا واحد من أحدث مصانع العالم تديره شركة برازيلية بالتعاون مع شركة الخليج للاستثمار الكويتية.

■ كانت البحرين سوقاً إقليمية للذهب ومركزاً للمعارض المهمّة كـ"جيتكس"، لماذا لمْ تحافظ البحرين عليهما؟

□ سوق الذهب في البحرين لا زالت قائمة ونشطة، ولكن بالنسبة للحجم وتكبيره فهو يعتمد على مدى قدرة استيعاب السوق وما إذا كان هناك رؤية لتطويره. وأعتقد أن البحرين لا تطمح لإنشاء سوق ذهب عالمية تنافس هونغ كونغ مثلاً لأن ذلك شبه مستحيل ولا جدوى اقتصادية منه. أمّا بالنسبة للمعارض فنحن نعمل باستمرار على تفعيل دورنا، خصوصاً في مجال المعارض والمؤتمرات المالية والاستثمارية.

لا أحد مطمئناً

■ هل تعتقد أن بعض الدول في المنطقة وصلت إلى مرحلة الاطمئنان إلى مركزها الاقتصادي والتجاري؟

□ الاقتصاد الحالي لا يمكن الوصول معه إلى مرحلة الاطمئنان. فـهونغ كونغ مثلاً التي كانت أبرز مركز مالي وصناعي في العالم لديها الآن هاجس انتقال الشركات إلى "فان دونغ" القريبة، والبعض بدأ ذلك فعلاً، حيث أن البنية التحتية الجيّدة متوفّرة وكلفة الإنتاج أقلّ فانتقلت الكثير من المصانع، ما جعل هونغ كونغ تعدّل في ستراتيجيتها وموقعها إلى بوابة عبور، أيّ من مركز للتصنيع إلى مركز للتسويق. وهذا الأمر ينطبق على أيّ دولة في المنطقة تطمئن إلى بنيتها وموقعها من دون أن تأخذ في الاعتبار كلفة الإنتاج والتسهيلات والحوافز بشكل دائم.

تكاملٌ لا تنافس

■ الطريق إلى العولمة هو الأقلمة، فهل تمّ تحديد دور البحرين كمنتج وكيفية تسويقه في المنظومة الجديدة؟

□ رؤيتنا واضحة، لا نريد منافسة ما هو قائم في الدول المجاورة، ولكن نريد أن نكمل ما هو موجود والقيام بمشاريع غير موجودة أصلاً، وبما يساعد المنطقة على أن تكون مركز جذب للاستثمارات والأعمال والمشاريع والسياحة والجامعات وسواها. وأعطيك مثالاً، على صعيد تقنية المعلومات، نجح الأخوة في دبيّ في اجتذاب الشركات العالمية لاتخاذ مدينة دبيّ للإنترنت كمركز تسويق لها في المنطقة، نحن لن نفعل الأمر عينه ونحاول منافستهم في اجتذاب الشركات نفسها، بل إننا في طور الانتهاء من وضع ستراتيجيتنا لاجتذاب نوع آخر من الشركات ستحتاجها الشركات الموجودة في دبيّ كما ستحتاج هي الشركات الموجودة هناك، فيكمل الموجود في كلا البلدين بعضه بعضاً.

قريباً جامعتان عالميتان ومستشفى خاص في البحرين

"بلاج الجزائر" أولى مشاريع المناقصة العامة في مجال السياحة

تنمية الموارد البشرية

■ ما هي الستراتيجية الأساسية في تحديد المشاريع المطلوبة؟

□ أن نختار مشاريع غير موجودة في قطاعات معيّنة. لماذا اخترنا موضوع التعليم مثلاً؟ لأن هنالك نقص في نوعية التعليم الموجودة في المنطقة وفي الطاقة والقدرة الاستيعابية، خصوصاً في السعودية، حيث هنالك الكثير من الخريجين لا تستوعبهم الشركات أو المؤسسات الحكومية أو الجامعات فيهاجرون، وبعضهم لا يستطيع السفر كالفتيات نتيجة التقاليد. فإذا أوجدنا لهم خياراً قريباً من موطنهم على درجة عالية من الجودة، بالتعاون مع أبرز الجامعات في العالم، نحلّ مشاكل عميقة تواجه العائلات الموجودة في المنطقة عندما يتخرّج أبناؤها، لذلك نقوم الآن بتشجيع الشراكة بين رأس المال الخليجي وجامعات عالمية، ونعمل على مشروعين بين مستثمرين خليجيين وجامعتين أميركيتين عريقتين ذات شهرة وسمعة كبيرة لإنشاء جامعتين متكاملتين. الفائدة الأولى وجود خيار آخر لأبناء المنطقة بعيداً عن الهجرة، والثانية خلق منافسة مع الجامعات القائمة، والفائدة الثالثة، وإن كان البعض لا زال يشكّ بها، تخفيف العبء عن جامعة البحرين التي تموّلها الدولة والمساعدات من القطاع الخاص، فنخفّف العبء عن الدولة ونخلق للجامعة الرسمية منافسة تساعدها على التطوير عندما لا تعود اللاعب الأوحد في الساحة.

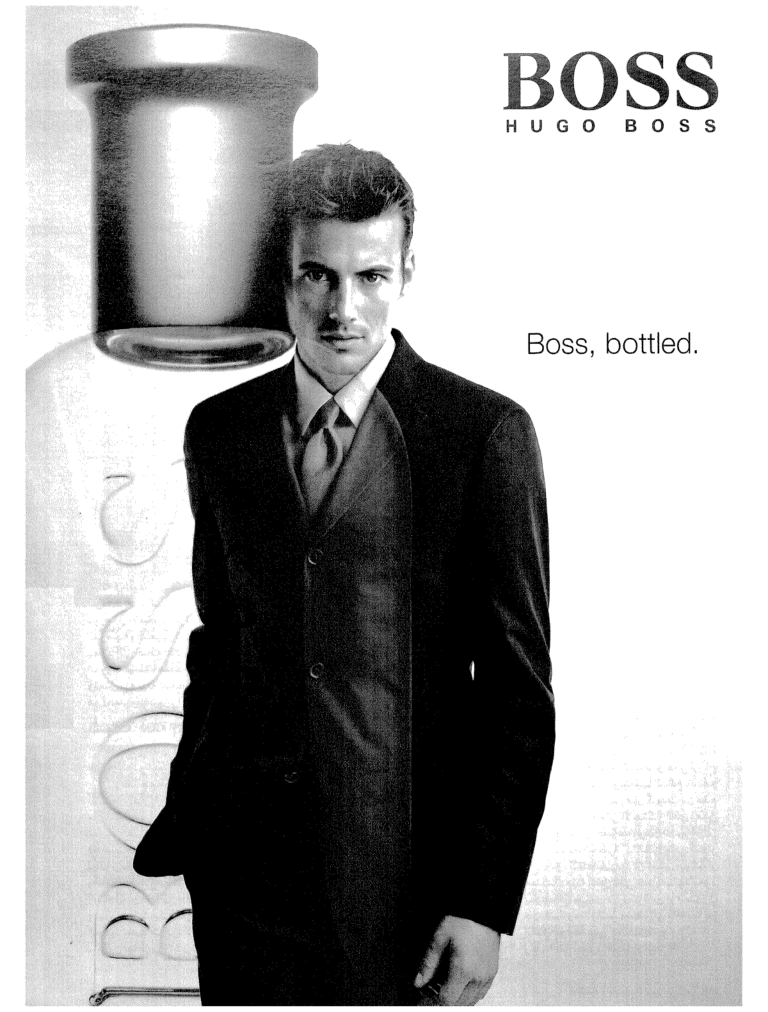
■ التركيز إذاً على تنمية الموارد البشرية والإفادة من نقاط الضعف في الدول المجاورة؟

□ الفرص كبيرة ومتوفّرة في التركيز على التنمية البشرية وتطويرها. أمّا ما أسميته نقاط ضعف فنحن نسميه نقاط نقص ونحاول رصدها وإيجاد الفرصة للبحرين والمنطقة من خلال العمل على تطوير مشاريع تتعلّق بها. فعلى مستوى الخدمات الصحيّة المتخصصة نرى الكثيرين من أبناء المنطقة يذهبون إلى بلدان بعيدة في أوروبا أو الولايات المتّحدة للعلاج بعيداً عن أهلهم، حيث اللغة مختلفة والرحلة متعبة ومكلفة نفسياً ومادياً، فإذا وفّرنا لهم المجال للقدوم إلى مكان قريب من أهلهم والحصول على العلاج نفسه من قِبل النوعية ذاتها من الأطباء أصحاب الكفاءة والإمكانات، عندها نوفّر لهم خدمة هم على استعداد لأن يدفعوا مقابل تكلفتها. لذلك نحن الآن نشجّع الاستثمارات في هذا المجال، خصوصاً تقديم الخدمات الصحيّة من جانب القطاع الخاص، وسيبدأ العمل في إنشاء أوّل مستشفى خاص بالكامل في شهر أيلول/سبتمبر الحالي عبر مستثمرين سعوديين ينجزون مرحلة التفاوض النهائي مع مستثمرين آخرين لإنشاء مستشفى تخصصي هو الأوّل من نوعه في البحرين والمنطقة.

ذهنية القطاع الخاص

■ ما هي آلية مجلس التنمية الاقتصادية في التعاطي مع مثل هذه المشاريع؟

□ نحاول قدر الإمكان أن نتعاطى كرجال أعمال وليس كجهة حكومية، أنا في القطاع الحكومي منذ 8 أشهر بعد أن أمضيت 20 عاماً في القطاع الخاص. وذهنية المجلس أن لدينا زبوناً اسمه البحرين علينا أن نحضنه ونجذب له الاستثمارات، فعندما يأتي المستثمر نحاول مساعدته لجهة التراخيص وتسهيل أموره لدى الإدارات والهيئات المعنية والوزارات التي لا تقصّر مطلقاً، خصوصاً أن المجلس يضمّ 7 وزراء و7 من رجال القطاع الخاص ويرأسه رئيس مجلس الوزراء، ويضمّ ولي العهد الذي يحضر اجتماعاته بشكل دائم. لكن الأهم هو ما بعد مرحلة الاستثمار، إذ لدينا "برنامج عناية" لمتابعة أخبار المستثمر والتأكّد أن كلّ شيء يسير على ما يرام وليس هنالك من عوائق أو عراقيل أو مشاكل ومحاولة حلّها بسرعة إذا وُجدت، لأن أيّ مستثمر يضع مبلغاً من المال ويصادف مشكلة لا يلاقي لها حلاً أو لا يجدّ من يساعده عليها يتحوّل إلى مشكلة كبيرة بحدّ ذاته، من خلال الحديث عمّا واجهه أينما وُجد وبالتالي الإساءة إلى سمعة البحرين. ونحن حريصون جداً على عدم الوقوع في ذلك، خصوصاً أننا على علم تام أن


BOSS
HUGO BOSS
Boss, bottled.

للمستثمر فرصاً في دول أخرى متعددة ونحتاجه اكثر ممّا هو بحاجة إلينا.

■ **يلاحظ البعض قصوراً في الترويج لدى البحرين، ما رأيكم؟**

□ لجهة الترويج الإعلاني قد يكون ذلك صحيحاً، لأن خطتنا تتمحور على التركيز على 10 شركات كبرى في كلّ من القطاعات الخمسة التي نسعى لترويجها في البحرين ومحاولة الاتصال المباشر بهذه الشركات وتسويق المشاريع لديها، عندها نخلق السمعة العملية ونعرّف بالبحرين دولياً وعالمياً بهدوء من دون أن نحرق المراحل.

■ **لتقنية المعلومات مكانة خاصة في توجّهات دول المنطقة، أين ترى دور البحرين في هذا القطاع؟**

□ التركيز في تقنية المعلومات لدينا على الموارد البشرية، فسمعة الهند العالمية في مجال البرمجة تقوم على 30 ألفاً من أصل سكانها المليار. إذا استطعنا تأهيل 1000 مبرمج على قدر عالٍ من الكفاءة والتطوّر نحقق إنجازاً كبيراً للبحرين وللقطاع في المنطقة، وهو أمر ليس صعب التحقيق، خصوصاً أن لدينا القيادة الداعمة لهذا التوجّه متمثّلة بسمو وليّ العهد. ونلاحظ أن أفضل بلدين عربيين نجحا في هذا المجال الأردن ومصر، ذلك لأن لديهما ستراتيجية واضحة ودعماً مطلقاً من القيادة. فالملك **عبد الله** في الأردن لا يألو جهداً في تشجيع المؤسسات والجامعات والأفراد على لعب دورها في الاقتصاد الرقمي، سيّما في مجاليّ البرمجة والتعريب. كذلك فإن نجاح مصر يعود إلى الدفع الكبير الذي وفّره رئيس الوزراء **عاطف عبيد** وتشجيعه للقطاع، وتمثّل بتعيينه شخصاً من القطاع الخاص هو **أحمد نظيف** وزيراً للاتصالات.

السياحة: إطالة الإقامة

■ **ما هي نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلّي؟ وما هي آلية تطويرها؟**

□ رغم غياب المنتجات والخدمات المتنوّعة، تمثّل السياحة الآن نحو 10 في المئة من الناتج المحلّي، وبجهد قليل إذا استطعنا تعويض هذا النقص نضاعف هذه المساهمة. فالسائح الخليجي يمضي في البحرين نحو ليلة ونصف ليلة كمعدّل، وهذا قليل، والسبب عدم وجود المنتج الذي يحفّزه على البقاء ليلتين أو أكثر، فالهدف أن نحوّل الليلة ونصف الليلة إلى ثلاث، والمشاريع السياحية كـ"درّة البحرين" و"أمواج" سيكون لها الدور الأكبر في ذلك.



يتحدث إلى الزميل مروان النمر

■ **هذا على مستوى السائح، ماذا عن اجتذاب المستثمر السياحي؟**

□ نعمل على تطبيق سياسة واضحة وشفافة للمستثمر، عبر تحديد مواقع معيّنة للاستثمار لمشاريع محدّدة تفتقد لها البحرين وبشروط واضحة للجميع ومن ثمّ طرحها للمناقصة العامة.

وسيكون مشروع "بلاج الجزائر" أوّل موقع يُطرح عن طريق المناقصة العامة، بمساحة 1 كلم مربّع تقريباً، ويتمّ الآن الانتهاء من الإجراءات بهدف طرحه للمناقصة قبل نهاية العام، وهذه هي المرّة الأولى التي نخوض فيها هذه التجربة. وقمنا قبل ذلك بدراسة قانون هونغ كونغ للمشاريع المماثلة، وبزيارة للكويت التي تمتلك تجربة غنية في هذا المجال، حيث أن الكثير من الاستثمارات على الواجهة البحرية في الكويت أُنجزت من خلال هذا المبدأ.

■ **من هي الشريحة المستهدفة من المستثمرين، وما هي أبرز الحوافز؟**

□المستثمرون المستهدفون هم من العائلات الخليجية المعروفة، خصوصاً الذين لديهم استثمارات قائمة في البحرين والبلد ليست غريبة عنهم، بالإضافة إلى المستثمرين المحليين، لكن أكثر ما نحتاجه الشركات العالمية المعروفة التي تحقق للبحرين السمعة العالمية والدولية.

أما الحوافز فمتعدّدة، من إمكانية التملّك بنسبة مئة في المئة، إلى الأسعار الخاصة لجهة الكهرباء والغاز والأرض للمشاريع الصناعية، إلى المشاريع السياحية وإمكانية دخول الحكومة كشريك من خلال تقديم الأرض أو تأجيرها لمدّة طويلة، بالإضافة لتسهيلات التأشيرات والإقامة.

"البحرنة": اعتدال

■ **توطين الوظائف أمرٌ يواجه المستثمرين في دول مجلس التعاون، فماذا عن البحرنة؟**

□ يجب أن يكون هنالك توازن بين بحرنة الوظائف وحاجات المستثمر وأن لا تؤثر الأولى على الثانية، فأي مستثمر يحتاج في البداية إلى فريق عمله الخاص، وعادةً يجلبه معه، لكيّ يأخذ قراراته وخطواته بهدوء وبعيداً عن أيّ ضغوطات، بعدها لا بدّ له أن يحتاج العمالة المحلية لدرايتها بالسوق وخفض تكلفتها. ولا توجّه لدينا على الإطلاق لفرض البحرنة، ووجهة نظري أنه إذا أردت أن تقتل سوق البحرين اخنقها بالبحرنة، لأن ذلك يولّد لدى المستثمر شعوراً بإملاء الشروط عليه وفرض أشخاص قد تنقصهم الكفاءة أو قد لا يحتاجهم ، فإذا فشل في عمله يحيل الأمر إلى ذلك ويرحل، فتقع الخسارة على الاقتصاد الوطني وعلى فرص العمل. والحلّ بالنسبة للباحثين عن عمل من البحرينيين التعب على أنفسهم وتحقيق الكفاءة العالية، عندها يبحث العمل عنهم، أو نؤمنه نحن لهم في أوّل فرصة.

■ **ما هي أبرز القطاعات والمرافق المرشّحة للخصخصة في البحرين؟**

□ الطاقة وبعض قطاعات الخدمات كالماء والكهرباء، بالإضافة لبعض الشركات التي تملكها الحكومة. وأشير هنا إلى ضرورة إعطاء فرصة ومهلة زمنية معيّنة للموظّفين في الشركات المزمع طرحها للخصخصة لتطوير أنفسهم والحفاظ على وظائفهم ومصدر عيشهم.

فتح سوق الاتصالات

■ **ماذا عن "بتلكو"؟**

□ "بتلكو" شركة خاصة ومدرجة على البورصة، وتبلغ ملكية الدولة فيها 38 في المئة تقريباً والباقي يتوزّع على 14 ألف مساهم، وقرار فتح سوق الاتصالات في البحرين أمام الشركات الأجنبية جاء بعد دراسة مستفيضة بين وليّ العهد ووزير الاتصالات، بحيث لا يؤدي ذلك إلى إلحاق الضرر بهذه الشركة الناجحة والتأثير على أرباح مساهميها وعلى موظفيها البالغ عددهم 3000، بل على العكس فإن الهدف من فتح السوق القضاء على الاحتكار الذي يعيق تطوّر السوق ونموّها، ومن المفروض أن تساعد هذه الخطوة "بتلكو" على النمو والتطوّر، لأنك إذا أردت أن تقتل شركة أو صناعة معيّنة اعمل على حمايتها فلا يعود لديها أيّ حافز لأن تنافس أو تطوّر في خدماتها، ومنتجاتها. أضف إلى ذلك أننا من الدوّل الموقّعة على اتفاقية التجارة العالمية وعلينا فتح السوق شئنا أم أبينا. ■

رغم المخاوف من الفشل الثاني

الدوحة : استمرار الإعداد لمؤتمر منظمة التجارة

تستمر عملية التحضير في قطر على قدم وساق لإستضافة المؤتمر الوزاري الرابع لمنظمة التجارة العالمية الذي سيعقد في الدوحة بين 9 و13 تشرين الثاني/ نوفمبر المقبل والمتوقع أن يحضره نحو 4 آلاف مشارك.

إنطلاقاً من هذه الخلفية ولمزيد من تسليط الأضواء على عملية التحضير إلتقت "الإقتصاد والأعمال" عبد العزيز بن يوسف الخليفي نائب رئيس اللجنة المنظمة للمؤتمر وأجرت معه حوار تطرّق خلاله الى جملة من الأمور التنظيمية واللوجيستية. وهنا الحوار:

■ **ماذا عن اللجنة المنظمة لمؤتمر الدوحة وهيكليتها؟**

□ الموافقة على استضافة قطر للمؤتمر صدرت عن إجتماع المجلس العام للمنظمة في 30 كانون الثاني/ يناير الماضي. ولحظة صدور الموافقة أصدر وزير المالية والإقتصاد والتجارة يوسف حسين كمال قراراً قضى بتشكيل اللجنة المنظمة بمشاركة ممثلين عن الوزارات والمؤسسات ذات العلاقة بالمؤتمر. وقد بدأت هذه اللجنة اجتماعاتها برئاسة الشيخ حمد بن فيصل آل ثاني وتمّ تشكيل تسع لجان فرعية تهتم بالشؤون التالية: المراسم، الإسكان، الاتصالات، الإعداد والتنظيم، الصحة، الأمن والإعلام للتحضير لهذا الحدث المهم.

■ **ما هي المهام المنوطة بهذه اللجنة وكيف تسير الأمور؟**

□ وضعت اللجنة المنظمة أولوية لإعداد مركز المؤتمرات في فندق الشيراتون لتتلاءم مع متطلبات المنظمة سواء في وضع البنية التحتية، أو في توصيل قاعات المؤتمر بشبكة اتصالات حديثة، حيث ستنعقد الاجتماعات الرسمية للمنظمة فيه. كما قامت اللجنة المنظمة برفع كفاءة مركز قطر الدولي للمعارض لإستقبال مؤتمرات عالمية في المستقبل، إذ تمّ تجهيزه بأفضل التقنيات الموجودة، حيث خصص هذا المركز للمنظمات غير الحكومية.



عبد العزيز بن يوسف الخليفي

■ **نجحت قطر في استضافة العديد من المؤتمرات المهمة لكن هذا المؤتمر مختلف من حيث حجمه ومن حيث متطلباته التنظيمية أو التقنية. فهل الأمر سيكون سهلاً؟**

□ نحن نعلم أن مؤتمراً بهذا الحجم وبهذه الخصوصية في طريقة عمله، يحتاج الى بنية تحتية وتجهيزات حديثة وتقنيات عالية، إضافة الى عنصر مهم وهو الإهتمام بالتفاصيل حتى تلك الصغيرة منها. وقد شكل الجانبان اللجنة المنظمة وإدارة المنظمة فريقي عمل للتنسيق والمتابعة والتحضير، وكانت هناك زيارات متبادلة لبلورة كافة الجوانب التنظيمية. ونحن على ثقة بأن مركز المؤتمرات في فندق الشيراتون بما لديه من إمكانيات، قادر على استضافة هذا الحدث، وذلك بشهادة وفد المنظمة عندما زار الدوحة في أيلول/ سبتمبر من العام 2000. كما أن اللجنة المنظمة دأبت على تحديث وإضافة بعض الأمور لتتلاءم مع الحدث وذلك بتجهيز المركز بالأجهزة المرئية والسمعية والإنترنت. وخصصت أكثر من 7 قاعات للاجتماعات في آن واحد مجهزّة بأحدث الأجهزة السمعية والبصرية والترجمة الفورية، وتختلف سعة كل قاعة عن الأخرى فأكبرها يتسع لأكثر من 3500 شخص وأصغرها يتسع لـ 250 شخصاً.

كما أن متطلبات سكرتارية منظمة التجارة العالمية مختلفة عن نظيراتها في المؤتمرات السابقة من حيث عدد المكاتب والأجهزة مثل أجهزة الحاسوب الآلي والإنترنت. ومن المتوقع مشاركة 150 شخصاً من سكرتارية المنظمة لمتابعة أحداثه، وقد خصّصت اللجنة المنظّمة عدداً كبيراً من القاعات لمكاتب السكرتارية في قاعة المؤتمرات.

وخلّص الخليفي الى الإعراب عن أمله بأن تتمكن جولة الدوحة من معالجة بعض القضايا الخلافية بما يحقّق مصالح الدول النامية وفي مقدّمها الدول العربية.

الخليفي: تمّ تجهيز وتحديث مركز المؤتمرات

مكي: النجاح ممكن ولكن... بشروط

أما على صعيد النتائج المرجوة من اجتماع الدوحة، فالمعروف أن المعوقات كثيرة والمشاكل لا تقل تعقيداً عن تلك التي كانت في مؤتمر "سياتل" الأخير والذي مني بفشل ذريع.

حول ذلك حاورت "الإقتصاد والأعمال" د. فادي مكي مستشار

وزارة المالية القطرية واللجنة المنظّمة للمؤتمر من خلال الآتي:

مكي : ممكنة ولكن بشروط



د. فادي مكي

■ **التاسع من تشرين الثاني/ نوفمبر على الأبواب، ما الجديد الذي تحقّق على صعيد جدول الأعمال؟**

□ كما هو معلوم، على رأس جدول أعمال مؤتمر الدوحة إطلاق جولة جديدة من المفاوضات، وهو الهدف الأهم بعد فشل مؤتمر سياتل. ومهم جداً الإعتراف بأن العقبات التي تعترض إطلاق جولة جديدة لا تزال كثيرة وان المشاورات الجارية لتحقيق التوافق ليست بالمستوى المطلوب.

وعلى الرغم من وجود توجه عام يشير الى القبول بمبدأ الجولة الجديدة، فإن المسألة الأهم تبقى في الاتفاق على مواضيع هذه الجولة، والأمر ليس سهلاً خصوصاً مع ضيق الوقت.

■ **ثمة اجماع على ان فشلاً ثانياً قد يأتي على النظام التجاري برمته، ومعيار النجاح هو في إطلاق جولة جديدة. ما تعليقكم وما هي أهم الموضوعات التي يمكن أن يعالجها المؤتمر؟**

□ أي جولة جديدة لا بد ان تعالج "مسائل التنفيذ" وهي عبارة تشير الى اتفاقيات جولة أوروغواي التي كان تنفيذها خلال السنوات الست الأخيرة موضع جدل والتي تلاقي الدول النامية صعوبة في تنفيذها، إما لأنها تحتاج الى فترات سماح أطول أو لأنها تريد توضيح بعض بنودها، وإما لأنها تريد تعديل بعضها. وتشمل "مسائل التنفيذ" قضايا عدة منها على سبيل المثال اتفاقيتا الإغراق و"التريبس". أما موضوعات الجولة الجديدة فتشمل تجارة الخدمات (لا خلاف على إدراجها)، الزراعة، التخفيضات الجمركية على المنتجات الصناعية، الإستثمار الأجنبي المباشر والانضمام الى المنظمة. وهناك مواضيع أخرى خلافية مثل المنافسة وتسهيل التجارة والشفافية في المشتريات الحكومية. وبالنسبة الى الأمرين الأولين هناك اتجاه لدى الدول النامية لاستكمال دراستهما وعدم بدء المفاوضات بشأنهما حالياً. اما بالنسبة الى موضوع الشفافية فالدول العربية والخليجية أعربت عن استعدادها للنظر في إمكانية التفاوض شرط الإكتفاء بمسألة الشفافية وعدم إخضاعها لآلية تسوية المنازعات أو مناقشة مسألة الدخول الى الأسواق.

أما المواضيع التي لا يمكن لجولة جديدة ان تتطرق اليها فمنها : التجارة والبيئة، التجارة ومعايير العمل والتجارة الإلكترونية.

■ **كيف تصفون أجواء المفاوضات حالياً مقارنة بما كانت عليه في سياتل؟**

□ رغم أن المشاكل هي نفسها بمعظمها فهناك بعض الفروقات. هناك مرونة من قبل الجميع: دول الاتحاد الأوروبي تشعر بضرورة إجراء إصلاحات جذرية على قواعد اللعبة في مجال الزراعة سواء لجهة خفض التعرفة أو خفض دعم التصدير. الدول النامية أبدت مرونة في إطلاق جولة جديدة في الدوحة إذا تمت معالجة التنفيذ. إلى ذلك هناك واقعية من الجميع وشعور بالمسؤولية بأن فشلاً جديداً سيؤثر سلباً على مصداقية وفعالية المنظمة.

■ **ماذا تريد وماذا لا تريد من أبرز المواقف التي تمّ تسجيلها حتى الآن بالنسبة الى الدول الأعضاء؟**

□ يمكن رصد ذلك الى حد معين:

– دول الاتحاد الأوروبي واليابان وسويسرا تريد جولة شاملة من المفاوضات تضم الزراعة والخدمات وجميع المواضيع الجديدة (استثمار، منافسة، عمالة، مناقصات حكومية، تسهيل التجارة والبيئة...) وكذلك بعض مسائل التنفيذ مثل اتفاقية الإغراق. وقد لا تكون هذه الدول جادة في طرح موضوع العمالة الا أنها تحاول رفع سقف مطالبها حتى تحصل على أشمل جولة ممكنة تعويضاً لخسائر قد تلحق بها من جراء تحرير الزراعة، وزيادة التحرير في الخدمات.

– الولايات المتحدة لم يتضح موقفها بعد بصورة واضحة وإن كانت أيدت إطلاق جولة جديدة من المفاوضات، ولكنها لا تزال تختلف مع الاتحاد الأوروبي على نطاق هذه الجولة، فهي لا تؤيد جولة واسعة، وهي تعارض أيضاً أية محاولة لإعادة النظر في بعض قضايا التنفيذ مثل اتفاقية "التريبس" واتفاقية مكافحة الإغراق واتفاق الملابس والمنسوجات، وهي تريد جولة جديدة لمناقشة مسائل تتعلق بالزراعة والخدمات والمناقصات الحكومية والإستثمار والتجارة الإلكترونية، ولا تحبذ التفاوض على موضوع المنافسة.

– أما بالنسبة للهند وباكستان فالموقف متشابه، وهما في خانة الدول المعارضة لإطلاق جولة جديدة، ويريدان الانتهاء من مسائل التنفيذ أولاً، وهما ينتسبان الى مجموعة الدول متشابهة الآراء (Like Minded Group) المؤلفة من 12 دولة نامية بينها مصر. وهذه لن تتراجع عن مواقفها المعارضة لإطلاق جولة جديدة وبشكل مباشر من دون تقديم تنازلات من قبل الدول المتقدمة في مسألة التنفيذ.

– أما مصر التي لها موقع ريادي في المفاوضات فقد خفضت كثيراً من حدة معارضتها لإطلاق جولة جديدة معلنة استعدادها للنظر في جولة جديدة شرط وضع آلية واضحة للتنفيذ، وهو ما يمكن اعتباره موقفاً مرناً وبناءً.

■ **كيف يمكن للدول العربية أن تستفيد من إطلاق جولة جديدة؟**

□إن إطلاق جولة جديدة من المفاوضات في مؤتمر الدوحة يتيح للدول العربية فرصة لمعالجة مسائل التنفيذ وتحديداً لإزالة الخلل من بعض الاتفاقيات السابقة واعادة طرحها للتفاوض من جديد، كما أن ذلك سيؤدي الى إغلاق الملفات الحساسة كالبيئة والعمالة لفترة طويلة، ذلك أن جولة الدوحة (إذا أطلقت خلال المؤتمر) ستدوم ما يقارب الخمس سنوات يصار بعدها الى تنفيذ نتائج هذه الجولة على مدى السنوات اللاحقة، ويعني ذلك عدم طرح جولة جديدة بعد جولة الدوحة قبل أقل من عشر سنوات.

– وسيؤدي اطلاق جولة جديدة الى إصلاح القطاع الزراعي، سواء لناحية تخفيض او إزالة دعم التصدير أو لناحية تخفيض التعريفات الجمركية الحادة على المنتجات الزراعية وهي مسائل تهم الدول النامية بشكل عام والعربية بشكل خاص. كذلك فإن الجولة الجديدة ستتيح فرصة إدراج جدول اعمال ايجابي للدول العربية بما يتضمنه من مواضيع ذات أهمية لها، كمسألة وضع أطر محددة للإنضمام وزيادة المساعدات التقنية. يذكر ان الشكل العددي والتفاوضي للدول النامية يجعل من المستحيل تمرير اتفاقيات تتعارض مع المصالح الحيوية لهذه الدول كما حصل في جولة أوروغواي عندما كانت مشاركتها رمزية. ■



"المخازن الكبرى" السعودية نحو "فرانشايز" عربي

شحادة: قريباً في البحرين وقطر والإمارات ومصر

- كدنا ننسحب من لبنان لولا....
- سيكون لنا 25 فرعاً في المملكة في العام 2004
- 5 فروع في مصر دفعة واحدة
- ليست لدينا أية وكالات حصرية

"استعادة الثقة" هي العنوان الرئيسي للمرحلة التي تمر بها تعاونيات لبنان بعد أن امتلكتها شركة "المخازن الكبرى" السعودية من خلال الشركة المتحدة للأسواق المركزية.

هذا ما قاله مدير عام شركة "المخازن الكبرى" السعودية وليد شحادة موضحاً أن متوسط المبيعات اليومي زاد بنسبة 4 أضعاف خلال 4 أشهر.

شحادة تحدث عن نشاط "المخازن الكبرى" في السعودية، مشيراً إلى أنه سيكون لها 25 فرعاً مع حلول العام 2004. كما تحدث عن انتشار قريب للشركة في 4 بلدان عربية هي البحرين، قطر، الإمارات العربية المتحدة ومصر، إضافة إلى لبنان بالطبع حيث ستكون لـ"المخازن الكبرى" قريباً 5 فروع، بحيث ستصبح بمثابة "فرانشايز" عربي واسع الانتشار.

هنا حوار مع المدير العام لشركة المخازن الكبرى خلال وجوده في بيروت والذي أكد في نهايته أن المستهلك بات يتجه نحو السوبرماركت.

استعادة الثقة

■ **أسدل الستار على قضية تعاونيات لبنان وما رافقها من إشكالات. هل دخلتم في مرحلة جديدة؟ وماذا بقي من ذيول المرحلة السابقة؟**

□ نحن نعيش مرحلة استعادة ثقة المستهلك بالتعاونيات، وتركيزنا قائم حالياً على تنمية المبيعات وتطوير الفروع وتصحيح الوضع المالي والاقتصادي للتعاونيات. هذه هي المشاكل الموروثة عن الإدارة القديمة والتي تمثلت بفقدان الثقة لدى كل من المستهلك والتاجر والمصارف. ما نفعله اليوم هو إعادة بناء الثقة وإعادة تأهيل الفروع التي كانت بحالة مهترئة على صعيد الصيانة والتجهيزات، فضلاً عن إعادة تأهيل الكوادر البشرية. فالطاقات البشرية موجودة شرط أن نحسن صقلها.

مرحلة التأهيل في المجالات المذكورة ستنعكس حكماً على تنمية المبيعات كسبيل وحيد للحصول على عقد منتج ومفيد، ولا شك أنه لا تزال هناك معوقات مع المساهمين، الذين لم يدركوا يوماً معنى المساهمة، إذ اعتبر المساهمون أنهم يودعون أموالهم في مؤسسة لها صفة حكومية ويحصلون في المقابل على نسبة أرباح سنوية توازي 16 في المئة ووصلت في سنوات معينة إلى 30 في المئة، وعندما فشلت هذه المؤسسة وشارفت على الإفلاس، أخذوا يطالبون بأموالهم من دون أن يدركوا من هو الطرف الذي يجب مطالبته بالأموال، متناسين أنهم هم أصحاب الشركة الحقيقيين.

المبيعات تضاعفت 4 مرات

■ **كيف تطور نمو التعاونيات من المرحلة السابقة إلى اليوم بالأرقام؟**

عندما استلمت الشركة المتحدة للأسواق المركزية إدارة التعاونيات، كان متوسط المبيعات اليومي بحدود 90 ألف دولار أميركي. حالياً متوسط المبيعات 235 ألفاً، أي بزيادة أربعة أضعاف خلال فترة أربعة أشهر، أي من 13 آذار/ مارس 2001 حتى 13 تموز/ يوليو من العام نفسه.

في عصرها الذهبي العام 1999، وصل متوسط المبيعات اليومي لتعاونيات لبنان إلى 270 ألف دولار أميركي، نحن أصبحنا قريبين جداً من هذا الرقم. ولا بدّ من الإشارة هنا إلى أن هذا الرقم – 270 ألف دولار – حققته التعاونيات في ظل غياب المنافسين الكبار الموجودين اليوم (أبو خليل – فهد – Spinneys). نحن كشركة متحدة وتعاونيات لبنان نملك الحصة الأولى من السوق اللبنانية في مجال تجارة التجزئة، كما أننا نحتل المرتبة الأولى على صعيد أسعار المبيعات، إذ تتميز التعاونيات بأدنى سعر بيع، وهذا ما دفع تجار السوبرماركت إلى رفع دعوى على التعاونيات لدى وزارة الاقتصاد بحجة أن أسعارنا متدنية علماً بأننا نبيع بأسعار مناسبة.

30 فرعاً فقط

■ **الصيغة السابقة لـ"تعاونيات لبنان" إتّسمت بظاهرة التفريع التي أثارت تساؤلات عدة. ما هي سياستكم في هذا الاتجاه؟ هل هناك استمرار في هذه السياسة أم إعادة نظر في هيكليتها؟**

□ كان لدى تعاونيات لبنان سابقاً 47 فرعاً، أقفلت اللجنة المؤقتة آنذاك 4 فروع غير منتجة كلياً. نحن، وضمن منطوق العقد الذي وقّعته الشركة المتحدة مع اللجنة، لدينا نية بإقفال 9 فروع أخرى، وسيصار إلى إبلاغ مجلس الإدارة الجديد بذلك لأن هذه الفروع غير ذات جدوى اقتصادية نهائياً، إذ أن تكلفتها مرتفعة على التعاونيات وعلى شركتنا، ووجود هذه الفروع خاسر لكلينا. الفروع المشتراة بمبالغ عالية تُعاد إلى البنوك والفروع المستأجرة منها بأرقام عالية تُعاد إلى المالك. نعتقد أنه بإمكان التعاونيات المحافظة على حجم الأعمال ذاته من خلال 30 فرعاً فقط.

نشاط إقليمي

■ **تعملون في سوق تتسم بالمنافسة في ظل انتشار متزايد لظاهرة "السوبرماركت" و"المخازن الكبرى". ما هو تقييمكم لهذه الظاهرة؟ وكيف ستتعاملون مع المنافسة؟**

□ شركة "المخازن الكبرى" السعودية هي الأولى في منطقة الشرق الأوسط بحجم أعمالها على مستوى تجارة التجزئة. نحن متمركزون حالياً في السعودية فقط. خلال السنوات المقبلة، ستشهد المنطقة توافد تجار التجزئة العالميين، لذلك نحن أمام خيارين، إما التقوقع في السوق السعودية حيث مركز قوتنا، أو أن ننتشر في الشرق الأوسط قبل مجيء التجار الكبار لنحصل على حصة من هذه السوق. ولدينا فرصة في لبنان لأسباب عدة منها أن المجتمع اللبناني مثقف على مستوى التسوّق أي يعرف كيف يتسوّق، كما أن السوق اللبنانية سوق خام على صعيد تجارة التجزئة.

أتينا إلى لبنان في الأصل للاستثمار بمشاريعنا الخاصة – مشاريع المخازن الكبرى – وحين جرى الاتصال بنا من قبل إدارة التعاونيات، قررنا الدخول بمشروع التعاونيات التي تملك انتشاراً على الرغم من أنها كانت تعاني خسائر كبيرة، بالإضافة إلى أن طموحاتنا تتجاوز السوق اللبنانية إلى الأسواق العراقية والسورية والمصرية... نشاطنا في الحقيقة إقليمي ونتطلع إلى حجم أعمال كبير جداً.

مراعاة مستويات المناطق

■ **تعاونيات لبنان ركّزت ربما على شريحة معينة من المستهلكين إلى جانب شرائح أخرى كانت مستهدفة من مؤسسات أخرى قائمة. ما هي طبيعة توجهاتكم التسويقية؟ وهل سيكون لـ"تعاونيات لبنان" صورة (Image) جديدة؟**

□ تعاونيات لبنان كانت في مرحلة معينة تتعاطى مع طبقة شعبية، إلا أن انتشارها جغرافياً في المناطق منعها من المحافظة على مستوى اجتماعي واحد. ومن أخطاء التعاونيات أن المنتجات التي كانت تُباع في منطقة معينة تقطنها شريحة اجتماعية (فردان)، تُباع هي ذاتها في منطقة أخرى ولشريحة اجتماعية مختلفة (صبرا). هذا كان سبباً لإيجاد فروع قوية جداً وفروع ضعيفة جداً. نحن في صدد إعادة تنظيم هذا الأمر، والتنظيم يقوم على توزيع التعاونيات على ثلاثة أقسام:

1 – **Express**: الفروع الصغيرة جداً، مساحتها من 400 إلى 500 متر مربع، وتتمتع بميزة إضافية كخدمة الـ Home delivery خدمة التوصيل إلى المنازل ضمن الأحياء).

2 – **Super Coop**: أي التعاونية المطوّرة، مساحتها من 700 إلى 1000 متر مربع.

3 – **Coopextra**: وهي فروع مساحتها تتجاوز 1500 متر مربع (فروع خلدة – انطلياس – شتورة والرملة البيضاء).

هذا التطور سيتمّ ضمن الفروع الموجودة ومن دون استحداث أية فروع أخرى، لكننا كشركة المخازن الكبرى سننشئ مراكز للمخازن في لبنان.

النباتات الطفيلية

■ **ألا تشكّل المخازن الكبرى بحجمها الكبير وتنوّع موجوداتها منافسة للتعاونيات؟**

□ متوسط مساحة المخازن الكبرى 5 آلاف متر مربع، وهي مراكز تسوّق متكاملة، ولن تشكّل منافسة للفروع بل للمؤسسات المشابهة لها، وستكون مركزة في المدن الكبرى. المخازن الكبرى تتكامل مع التعاونيات إذا اعتبرناها الفئة الرابعة للتصنيف المذكور سابقاً.

■ **كانت لـ"تعاونيات لبنان" استثمارات مكمّلة في الزراعة والتصنيع الزراعي وغير ذلك، هل لديكم توجّهات محدّدة في هذا المجال؟**

□ تجارة التجزئة هي تجارة من باب إلى باب، تشتري البضاعة من باب وتسلّمها من باب آخر، وأي نشاط إضافي هو كالنباتات الطفيلية. استثمارنا قصير الأجل بمعنى أننا نشتري البضاعة لنبيعها في اليوم التالي. الاستثمارات طويلة الأجل، كأدوات الإنتاج والعقارات، محكومة بالخسارة.



■ **ألا تساهم هكذا استثمارات في خفض التكلفة؟**

□ نظرياً نعم، أما عملياً فالأرقام تشير إلى عدم وجود استثمار تصنيعي مربح لدى "تعاونيات لبنان"، وهذا أحد الأسباب التي أدّت إلى وصول التعاونيات إلى حافة الإفلاس.

■ **ما هو مصير المؤسسات الصناعية التي كانت تابعة للتعاونيات؟**

□ تمّت تصفية بعض المؤسسات كـ"ألبانا" قبل توقيع العقد. بعدها بقي لدينا مصنع الحلاوة ومصنع النايلون ومراكز تعبئة الحبوب. وتمّ إقفال مزارع الدجاج وملحقاتها. لن نستمر بمصانع الحلاوة والنايلون والورق وسيكون مصيرها إما الإقفال أو التلزيم مع التزامنا بالمحافظة على موظفيها الذين نسعى للاستفادة منهم في مكان آخر.

المخازن الكبرى

■ **دخلت "المخازن الكبرى" السعودية مجال الاستثمار في لبنان من غير البوابات التقليدية كالسياحة والعقارات. كيف تقيّمون هذه التجربة؟ وهل لديكم تطلعات لاستثمارات أخرى؟**

□ دخلت شركة "المخازن الكبرى"

السعودية لبنان من باب تجارة التجزئة ولدينا مشاريع لافتتاح مراكز في مناطق الغازية (14 ألف متر مربع)، كاليري سمعان (18 ألف متر مربع)، جبيل (6 آلاف متر مربع) وطرابلس (20 ألف متر مربع).

المملكة: 25 فرعاً

■ ماذا عن نشاط المخازن الكبرى في المملكة، وما هو تقديركم للحصة السوقية Market Share التي توصلتم إليها؟

▫ في المملكة العربية السعودية، لا يوجد أرقام دقيقة في ما خص الحصة السوقية، لكن في الإجمال حجم أعمالنا كمخازن كبرى هو 375 مليون دولار في السنة، وعملنا في لبنان سيزيد هذا الرقم بنحو 100 مليون دولار العام 2002. حالياً نمتلك 9 فروع في المملكة أصغرها مساحة 10 آلاف متر مربع وأكبرها 23 ألف متر مربع، بالإضافة إلى ذلك، لدينا 5 فروع قيد الإنجاز تفتتح خلال العامين 2001 و2002.

تعمد الشركة أحياناً إلى جلب البضائع بالطائرة لتكون الأولى التي تمتلكها.

– القوة الشرائية: بقدر ما تشتري كميات ضخمة، يمكنك أن تحصل على البضاعة بأسعار تقارب سعر التكلفة.

لذلك تزيد حصتنا بنسبة 15 في المئة عن أقرب منافس لنا. ونحن لا نملك أية وكالات حصرية ونشتري من التجار والوكلاء.

التوسّع عربياً

■ هل لديكم توجّه للاستثمار في بلدان أخرى؟

▫ سنفتتح في البحرين بعد نحو ثلاثة أشهر، وفي قطر بعد أربعة أشهر، في الإمارات العربية المتحدة بعد ستة أشهر، وفي مصر بعد 12 شهراً إلا أننا سنفتتح خمسة فروع دفعة واحدة في مصر.

يذكر أن "المخازن الكبرى" السعودية شركة مملوكة من قبل مجموعة المهيدب – شركة عبد القادر المهيدب وأولاده – وهي

■ هل تقوم شركتكم بأبحاث ودراسات معينة لمعرفة المواقع التي يجب التواجد فيها في الدول العربية؟

▫ نعتمد على شركات خاصة في إعداد الدراسات في بعض الدول كما حصل في لبنان. وفي دول أخرى نقوم نحن بالدراسة كما في مصر ودول الخليج العربي، الأمر مرتبط بقدرة فريق العمل التابع لنا والزمن المطلوب لإنجاز الدراسة.

■ ما هي الأسواق الأكثر نمواً في نظركم؟

▫ إذا أخذنا مصطلح "الأكثر نمواً" من خلال القراءات الاقتصادية، فالأمر شائك إذ ليس هناك قراءات صحيحة في الوطن العربي. فأكثر القراءات الاقتصادية ذات طابع سياسي، لكننا نقول أن الأسواق الفاعلة هي تلك التي كانت تجارة التجزئة فيها قطاعاً حكومياً وفي طور الانتقال إلى القطاع الخاص كمصر والعراق وسورية والجزائر. لبنان أيضاً سوق واعدة جداً، فالمجتمع اللبناني متميز برغباته على عكس بعض المجتمعات التي يتجه المستهلك فيها نحو الأساسيات فقط.

■ شركة المخازن الكبرى كرأس مال سعودي، ألا يقلقها الحديث عن تدهور الأوضاع الإقليمية والأخطار المحدقة بالمنطقة؟

▫ في مرحلة معينة، قمنا بلجم استثماراتنا في لبنان. حالياً أخذنا قراراً بالمتابعة مع العلم أن تجربتنا في التعاونيات تخلّلها الكثير من السلبية. نحن ندرك أن وعي المسؤولين بالحرص على الاستثمار في لبنان شكّل عاملاً أساسياً في بقائنا بعد أن فكّرنا مراراً بالانسحاب، كما أننا متفائلون بالمستقبل وبقول رئيس الحكومة رفيق الحريري بأننا نمر بأفضل زمن للاستثمار في لبنان.



يتحدث إلى الزميلين حسيب أبو ضرغم (إلى اليسار) وباسم كمال الدين

مخطط انتشار الشركة هو أن يكون لديها 25 فرعاً في السعودية بحلول العام 2004. ونرى أن 25 فرعاً تكفي للسيطرة على تجارة التجزئة في السعودية، مخططنا الآخر هو الانتشار في الأماكن المتوسطة والصغيرة الحجم.

يمكن وصف المخازن الكبرى بمخرج تصنيع البضاعة أي Outlet، لذلك عليها أن تمتلك أحدث البضائع في العالم. وقوة المخازن تتأتى من نقاط عدة:

– توافر أحدث البضائع حيث تشارك الشركة في ما يزيد عن 30 معرضاً عالمياً لشراء البضائع.

– السرعة في الحصول على البضائع، إذ

شركة قابضة تملك نحو 40 شركة عالمياً، والشركة المتحدة للأسواق المركزية جزء من الشركة السعودية.

■ هل أن الاستثمارات المنوي إقامتها في الدول العربية ستحصل من خلال "المخازن الكبرى" أو أننا سنشهد استثمارات مشابهة لتلك التي قامت بها الشركة المتحدة للأسواق المركزية في لبنان؟

▫ في مصر، سندخل من خلال برنامج الخصخصة الذي أقرته الحكومة المصرية، والأمر سيان في قطر حيث سنستثمر في مشروع مشابه للذي حصل في لبنان، كما نقدم خدمات تقنية لشركات أخرى في الوطن العربي.

■ ظاهرة السوبرماركت أميركية فأوروبية، وهي بدأت تغزو منطقتنا العربية، كيف تنظرون إلى هذه الظاهرة في ضوء خصوصية مجتمعاتنا عموماً لا سيما في لبنان حيث "دكان الحي" ما زال له دور؟

▫ النظرة إلى مفهوم السوبرماركت مرتبطة دائماً بقرار الشراء. المستهلك يأخذ عادة 6 قرارات شراء متلاحقة: قرار الحاجة – المكان – السلعة – النوع – الحجم والسعر. مع توفر وسائل المواصلات المناسبة وتطور وسائل الإعلام، يتجه المستهلك حكماً إلى السوبرماركت حيث يمكنه الحصول على أشياء غير موجودة في "دكان الحي". ■

شركات

فوجىء بشركته ضمن الـ "Top 100"

أكرم مكناس: تضاعف حلمي



كيف تمكّن خريج العام 1968 من الجامعة الأميركية في بيروت من تحقيق الحلم الذي راوده على مقاعد الدراسة، فبات الآن رئيس أكبر مجموعة إعلانية في العالم العربي والوحيدة التي تدخل نادي المئة الكبار عالمياً؟

أكرم مكناس رئيس فورتشن بروموسفن Fortune Promoseven، يتحدّث لـ "الاقتصاد والأعمال" عن البداية والمستقبل.

■ **فورتشن بروموسفن أول شركة عربية تدخل لائحة أكبر 100 شركة إعلان في العالم، ماذا يعني ذلك من حيث النتائج؟**

◻ نحن ضمن نادي المئة الكبار للعام الثاني على التوالي، في العام 1999 دخلنا للمرّة الأولى واحتللنا المركز 69 من حيث حجم الأعمال والمركز 68 من حيث الربحية، في العام 2000 تقدّمنا إلى المركز 59 من حيث حجم الأعمال بمقدار 299,7 مليون دولار، وتراجعنا إلى المركز 75 من حيث الربح بإيرادات بلغت 37,5 مليون دولار. السبب في تراجع الأرباح يعود إلى استثمارنا جزءاً كبيراً من العوائد في تطوير وتوسيع أعمالنا، خصوصاً إنشاء شركة ePromoseven وتنمية شركة العلاقات العامة وتعزيز تواجدنا في مصر والجزائر.

■ **كيف تحقّقت هذه القفزة؟**

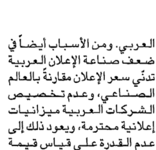
◻ هي قفزات وليست قفزة واحدة، إذ اقتربنا لمرات عدّة من دخول الـ Top 100 منذ مدّة غير قصيرة، لكن تكبير حجم أعمالنا كان العامل الأساس في تحقيق ذلك، خصوصاً في بداية التسعينات بعد حرب الخليج الثانية، حيث كانت لدينا رؤية واضحة وثقة بأن هذه الحرب ستمرّ فحافظنا على موظفينا، في الوقت الذي تخلّت فيه شركات عدّة عن موظفيها، فوجدنا في ذلك فرصةً واستقطبنا العناصر الكفوءة منها، لأن طبيعة عملنا تعتمد على الناس والإبداع، فإذا كان لديك طاقات بشرية جيّدة تنتج عملاً جيّداً وبالتالي تحقّق نتائج جيّدة. وترافق ذلك مع تطوّر ونمو حجم أعمال زبائننا، بالإضافة لشرائنا شركات جديدة في المجال نفسه في العام 1997، كلّ ذلك كان يسير بنا بخطوات هادئة نحو تحقيق هذا الإنجاز.

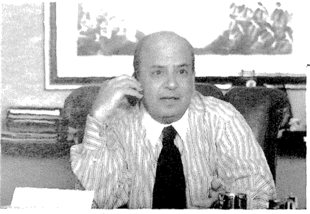
■ **هل كان ذلك الحلم يراودك منذ تأسيس الشركة؟**

◻ بالنسبة لشركات الإعلان ليس الهدف المادي أو المركز هو المهم بقدر المنجزات التي تحقّقها وكيفية تحقيقها، فطالما تحصد النجاح تحقق الفائدة وتتبوأ المراكز، ولم يكن حلمي يوماً أن نكون الشركة الأكثر ربحية أو الأكبر من حيث حجم الأعمال بل أن نكون الشركة الأفضل، وان نقدّم لزبائننا خدمات تلاقي استحسانهم وتساعدهم على المنافسة والتفوّق. وفي منتصف التسعينات بدأ الحلم يتحوّل إلى حقيقة، عندما أصبح حولي رجال أكفّاء قادرون على مشاركتي الرؤية والمسؤولية فشعرت أن حلمي يتضاعف. فوجئت عند معرفتي بدخولنا نادي المئة الكبار للمرّة الأولى ولمّ أعطِ للأمر أهمية كبيرة، لكن عند دراستي للتصنيف وجدت أن هذا الإنجاز يستحقّ الاهتمام، وأن هنالك شركات تسبقنا في المراكز لكننا نتفوّق عليها من حيث الإمكانات والطاقات البشرية المتوفّرة لدينا، ما ولّد لديّ الإصرار على المتابعة والاستمرار في الجهد والتطوير حتى احتلال المركز الطبيعي لنا والذي يتماشى مع إمكانات فورتشن بروموسفن.

■ **أين موقع الإعلان العربي من الإعلان العالمي؟**

◻ حصّة الإعلان العربي من الإنفاق الإعلاني العالمي ضعيفة نسبياً، إذ أن مجموع حجم أعمال الفاتورة الإعلانية العربية العام 2000 بلغ 1,9 مليار دولار، أيّ ما يُعادل 0,64 في المئة من الإنفاق العالمي البالغ 295 مليار دولار. يعود الأمر لأسباب عدة، أولاً أن صناعة الإعلان تعكس الحجم الصغير للاقتصاد العربي في الأسواق العالمية، كذلك فإن غياب الصناعة له تأثير كبير فهو يعني غياب التسويق للمنتَج العربي في الداخل والخارج والاكتفاء بالتسويق لمنتجات الشركات العالمية في المنطقة، بالإضافة لضعف الطاقة الشرائية لدى المستهلك العربي، فمثلاً يُصرف في إسرائيل بمعدّل 300 دولار سنوياً على الفرد كإعلانات، مقابل 4,5 دولارات في العالم





مكناس: حلمي أن نكون الشركة الأفضل

العربي. ومن الأسباب أيضاً في ضعف صناعة الإعلان العربية تدنّي سعر الإعلان مقارنةً بالعالم الصناعي، وعدم تخصيص الشركات العربية ميزانيات إعلانية محترمة، ويعود ذلك إلى عدم القدرة على قياس قيمة الإعلان ومدى تأثيره، الأمر الذي تتحمّل فيه شركات الإعلان والمؤسسات الإعلامية تبعة كبيرة، إذ هنالك وسائل إعلامية تُباع بأكثر من قيمتها وأُخرى بأقلّ، لغياب التقييم الدقيق لأدائها ولتأثير الإعلان. مثلاً في الولايات المتّحدة الأميركية تشتري مساحة إعلانية في برنامج بمبلغ معيّن، إذا حاز هذا البرنامج على نسبة أقلّ من المتوقّع من الحضور يُرجعون لك المال، الأمر الذي يؤدّي إلى الحرص الشديد على نجاح البرنامج ويولّد البرامج ذات النوعية العالية، في حين أننا نفتقد للبرامج الإعلامية الناجحة في عالمنا العربي لهذا السبب بشكل أساسيّ.

■ **ما الذي يمنع شركات صناعة الإعلان العربية من الاندماج وتكبير الحجم والانطلاق نحو العالمية؟**

□ أبرز العوائق أن الإدارة العربية فردية في تفكيرها، ورجل الأعمال لا يشعر انّه جزء من مجموعة يجب أن تعمل كفريق واحد لتطوير العمل والصناعة وتكبيرها لا لبقائها في قوقعة ضيّقة وتصغيرها، لذلك يجب أولاً تغيير العقلية العربية في التعاطي مع الأعمال قبل الحديث عن الانتقال إلى العالمية. ورأيي أنّك إذا أردت أن تنجح عالمياً عليك أن تثبت نجاحك على مستوى المنطقة أولاً، عندها يحدث التكامل ويعطيك البُعد العالمي ميزات تقوّي نجاحك محلياً وإقليمياً من ناحية توفير التدريب والموارد البشرية ونقل المعرفة والإبداع. وهذا لا ينطبق على شركات الإعلان وحدها، إذ نرى شركات طيران صغيرة عدة في المنطقة بدل أن يكون لدينا شركة طيران واحدة كبيرة، وكذلك مئات البنوك بدل أن يكون لدينا خمسة بنوك قوية بمستوى عالمي، والأمر ينطبق على شركات التأمين وسواها من الشركات. في ظلّ ذلك فإن ستراتيجيتنا أن نحتضن الشركات الصغيرة ونطوّرها أو نشتريها ونكبر بها ومعها.

■ **رغم ذلك يعتبر البعض أن اسم فورتشن بروموسفن ارتبط بإسم أكرم مكناس؟**

□ ارتباط اسم فورتشن بروموسفن بي أمرٌ لا أُسرّ له، وهو يعود لكوني في الواجهة ولمدّة طويلة، لكنّي أعتبر نفسي الآن أصغر موظّف في الشركة والأقلّ فعالية، فالمدراء الذي يعملون لديّ الآن هم أكثر فعالية وتأثيراً في نجاح العمل لأنهم مرتبطون بالزبائن وعلى تماس معهم يومياً في حين أصبحت أنا أكثر بعداً، وأنا أنظر للكثير من الشركات وأقول إذا رحل هذا الرجل ماذا يحدث لهذه الشركة؟ بينما أنا لديّ 5 أو 6 مدراء يستطيعون أن يكملوا المسيرة عنّي وكأن شيئاً لم يكن، الأمر الذي يريحني ويطمئنني.

■ **كيف تمّ تعاطيك شخصياً مع تطوّر التقنيات المستخدمة في عملك كـ الكمبيوتر؟**

□ استغرقتني فترة للتعامل مع الكمبيوتر، وكنت خائفاً في البداية، لكنه أصبح أمراً واقعاً لا مفرّ منه في ما بعد، لأفهم كيف يفكّر ويعمل الشباب حولي، ولا أُخفيك سرّاً أن الكمبيوتر بقيّ على مكتبي نحو سنة ولم أستعمله، بعدها أخذت المبادرة بنفسي وسارت الأمور على ما يُرام.

■ هل تفكّر في طرح فورتشن بروموسفن في البورصة؟

□ ليس في القريب، وإن كنت سأقوم بذلك فأفضّل أن أنضمّ كشريك لمجموعة عالمية متواجدة في البورصة وليس من خلال شركاء أو حملة أسهم محليين. وربما أُدخل مستثمرين من المنطقة كحملة أسهم بـ 50 في المئة من أسهم الشركة ومستثمرين عالميين في النصف الثاني، كلّ ذلك يخضع للدراسة والظروف والتطوّرات المقبلة.

■ **كم ساعد وجود الشركة في البحرين في انطلاقتها ونجاحها؟**

□ الخليج بشكل عام ساعد في نجاح الشركة وانطلاقتها نحو العالمية، فلو بدأت في مصر مثلاً ربما غرقت في سوقها المحليّة الكبيرة، في حين أن السوق الخليجية مفتوحة على العالم والشركة انفتحت معها. والبحرين بشكل خاص في العام 1976 عند تأسيسي الشركة كانت الخيار الأفضل، كما أنها أعطتني شيئاً إضافياً هم البحرينيين الأكفاء والذين لا تجدهم في دول أُخرى تفتقد للعمالة المحليّة المؤهلة، وربما لو كان وضع لبنان جيّداً في ذلك الوقت لانطلقت فورتشن بروموسفن منه.

■ **ما مدى تأثير الفضائيات والإنترنت على سوق الإعلان؟**

□ الفضائيات أثّرت على القنوات المحلية بقوّة لأنها تمتلك الحرية والمبادرة التي تفتقد لها المحطات الموجّهة. أما الإنترنت فإن حجمها يكبر يوماً بعد يوم، ونحن افتتحنا حديثاً شركة أسميناها ePromoseven الهدف منها التسويق عبر الإنترنت والتفاعل بين المنتّج وإعلانه والمستهلك للمعرفة والاستفسار والاستيضاح وتكوين المعلومات. وحتى الآن لم تؤثّر الإنترنت على الوسائل الإعلامية الأخرى كـ التلفزيونات والمطبوعات، حيث تمّ صرف 4,5 ملايين دولار فقط على الإعلان عبر الإنترنت في العالم العربي العام الماضي، ورغم أنني أتوقّع أن تؤثّر في المستقبل، لكن أحداً لن يلغي أحداً، فكلّ وسيلة إعلامية ستأخذ حجمها، لأن الرسالة عبرها مختلفة والهدف مختلف.

■ **كيف ترى واقع وأُفق الإعلام العربي؟**

□ الإعلام في العالم العربي ورغم تطوّره في المرحلة الأخيرة، إلا أن وجوده الفعلي يكاد يكون معدوماً، بسبب إصرار الحكومات على السيطرة عليه، ولن يخطو نحو العالمية إلا بفكّ القيود عنه واستخدام الطاقات العربية بالشكل الملائم لتنمو وتبدع. ولا يمكن أن تتطوّر الوسائل الإعلامية بشكل كبير وتحقّق الربح إلا عندما يؤمن القطاع العام بضرورة تكليفها بحملات شاملة حول السلامة والتوعية وترشيد استخدام الكهرباء والمياه وما إلى ذلك، الأمر الذي لا زلنا بعيدين عنه حتى الآن. ■

المركز 59 عالمياً
بـ 300 مليون دولار
■■■
سوق الإعلان العربية
1.9 مليار دولار
من 295 ملياراً

بناء معامل الكهرباء الحرارية على قاعدة مجمعات الطاقة الطوربينية الغازية

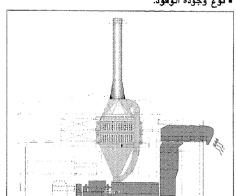


تعتبر شركة م م بي بي "سالوت" SALUT MMPP أعظم مؤسسة في روسيا لتصميم وبناء ماكينات الطوربين الغازية. وكمقاول عام تقوم المؤسسة بإنشاء معامل للطاقة الكهربائية باي حجم وإنتاج مستخدمة المحرّك الطوربيني GTU-89/PT-20 (المعلومات منشورة في متن الموضوع). وطيلة مدة خدمة معمل الطاقة الحراري توفر SALUT كافة أنواع الصيانة وفقاً لأعلى معايير الإعتمادية والجاهزية والإستخدام الفني لمجمعات الطاقة.

ان معامل توليد الكهرباء الحرارية التي تقوم على مجمعات الطوربينات الغازية يتمّ إعتمادها عادةً لإمداد المجتمعات أو المجمعات الصناعية الكبرى. وفي مصنع كهذا يتمّ الوصول إلى أكثر الطرق فاعلية لتحويل حرارة إحتراق الوقود، وطاقة المياه الساخنة أو البخار، ضمن دورة حرارية ديناميكية، إلى كهرباء. كذلك تتحقق الإستفادة العالية من حرارة عوارم الغازات المحترقة حيث تحول إلى مسخّنات الماء فتتأمن أقصى الفاعلية في توليد الكهرباء. إلى ذلك فإن إحتمال بناء مصانع الطاقة الحرارية بالقرب من الزبون يؤدي إلى خفض خسائر نقل الطاقة إلى حدودها الدنيا.

ان معامل الطاقة الحرارية هي مجمعات إنتاجية - تكنولوجية غاية في التعقيد، بحيث تحتاج إلى دراسات معمّقة للمشروع، طبقاً لاحتياجات الزبون مع مراعاة العوامل الآتية:

- موقع المعمل.
- ظروف التشغيل.
- كمية الطاقة المطلوبة.
- خطة امدادات الطاقة.
- نوع وجودة الوقود.



- مورد المياه.
- ضرورة مراعاة البيئة.
- خطة البناء البيئية.
- التصميم الأنسب والأفضل.
- الظروف المناخية في مكان بناء المعمل.
- تكلفة الوقود، وتعريفات الكهرباء والحرارة.

المشروع الفني لمعمل الطاقة الحراري يشمل معلومات مفصّلة عن أهداف البناء، أنها الاداء والجودة وأيضاً اداء كل الأجهزة واحتساب الأكلاف، وهي:

- الاداء الفني.
- المخطط من حيث المبدأ.
- الوصف التفصيلي للتصميم.
- الحاجة الى المواد الخام.
- تنظيم العمل.
- العملية التكنولوجية.
- المعايير الفنية والاقتصادية.
- اصدار شهادات بشأن المعدات.
- لوائح بأحجام العمل وأكلاف المواد.
- الخطة العامة لمعمل الطاقة الحراري، ترتيب المعدات.

ان إنشاء معمل للطاقة الحرارية بالطوربينات الغازية يحتاج إلى عمالة منخفضة في البناء وشحن وتركيب المعدات والعمل في المشروع ككل، وكذلك في التشغيل.

ان مجمعات الطاقة الطوربينية الغازية هي عناصر قوة أساسية، وهي قاعدة القدرة لمعمل الطاقة الحراري، تتألّف من وحدة الطوربين الغازية (GTU)، ومولّد تيار متناوب (ACG) بحيث يعملان بشكل مشترك، ان ما يحرّك المولد هو طراز من الطوربينات مشتق عن محرك نفاث للطائرات عالي الفاعلية من الجيل الثالث.

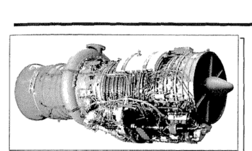
قاعدة البيانات (ضرورية للتعرف على قدرة المجمع)

الطاقة الكهربائية المولّدة من GTU واحد .... 14 ميغاواط (شروط ISO)

مولّد الطاقة الكهربائية (نوع 3Y2 - 16T)

فولتاج من 3 مراحل ....10 كيلوفولت

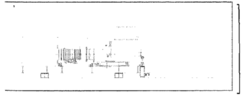
التردد ....50 Hz



الوقود	غاز طبيعي، كاز
الفاعلية الحرارية	29,5 ٪
تدفق الغاز	91 كلغ/ثانية
درجة حرارة العارم	375 درجة مئوية
سرعة المولّد الرحوية	300 - دقيقة - 1
درجة الجاهزية	0,98
درجة إعتمادية بدء التشغيل	0,95
درجة الاستخدام الفني	0,92
عوارم اوكسيد النيتروجين (غاز)	50 ملغ/م3
دورة الحياة الكاملة	75 ألف ساعة
الصيانة	25 ألف ساعة

المعدات GTU

- مولّد وطوربين متطابقان.
- نظام امدادات للوقود.
- طواقم كاملة للتجميع لضمان العمل
- أنظمة العناصر الأساسية الخاصة بالتحكم والقياس.
- مجموعة كاملة من قطع الغيار والمعدات البديلة
- مجموعة كاملة من كل ما له صلة بخطوط الإنتاج والخدمة.
- معدات مساندة ونظام سلامة خاص بالطوربين.



ان جدول الأجهزة الكاملة يمكن أن يشمل الأنظمة المكملة والتجميعات التي توفر مواصفات قواعد البيانات المقدمة عن معمل الطاقة الحراري، وبالتالي عملية توليد القدرة ذات معلم أساسي متقدّم.

- تشكيل قواعد المعلومات الأساسية للعروض الفنية بخصوص تصميم معمل الطاقة الحراري (زبون - منفذ)
- تصميم المشروع ووضع روزنامة لخطة بناء معمل الطاقة الحراري وتهيئته للتشغيل
- تشكيل "فريق" منظمة المقاولين الثانويين ووضع خطة منظمة
- طلب الطوربين الغازي مجمع القدرة وحدة التنقية
- بناء، وتركيب، والوضع في الخدمة

سياحة

الانتفاضة تنهك السياحة الإسرائيلية

تنعم منطقة الشرق الأوسط بمعطيات سياحية عدة جعلت منها مقصداً طبيعياً للسياح من جميع أنحاء العالم. وتقدّم هذه المنطقة عدداً من المنتجات السياحية منها السياحة الدينية وسياحة العطل والسياحة الثقافية والصحية وغيرها. وشهدت المنطقة نمواً سياحياً مهماً خصوصاً في نهاية التسعينات وحتى الربع الاخير من العام 2000 حين تراجع النشاط السياحي مع اندلاع الإنتفاضة في الأراضي الفلسطينية المحتلة فانعدمت حركة قدوم السياح في بعض المناطق وانخفضت في مناطق أخرى. وجاءت هذه الصدمة في قمة الحركة الإستثمارية التي يشهدها القطاع في مختلف دول المنطقة والتي لم تتأثر كثيراً حتى الآن.

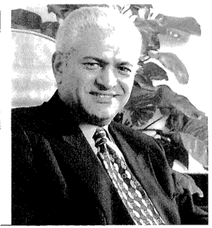
فكيف كانت انعكاسات الانتفاضة وانهيار عملية السلام على مختلف دول المنطقة؟ وكيف تعالج هذه الدول الوضع لإدارة الأزمات في قطاعاتها السياحية خصوصاً في اسرائيل التي يبدو أنها الخاسر الأكبر سياحياً؟

على الرغم من تراجع الحركة السياحية في عدد من المناطق والمقاصد، خصوصاً في اسرائيل والأردن ومصر ومناطق السلطة الفلسطينية، مازال المستثمرون في القطاع السياحي يتعاملون مع الموضوع على أنه مؤقت وما زالت الحركة الإستثمارية ناشطة في معظم دول المنطقة.

فلبنان وحده مثلاً، شهد حركة استثمارية مازالت مستمرة في قطاع الفنادق بلغت نحو 500 مليون دولار أميركي في السنوات القليلة الماضية. كما أن اهتمام السلاسل الفندقية العالمية والعربية بتوسّعها في دول الشرق الأوسط لا يزال واضحاً. فسلسلة فنادق هيلتون مثلاً، ستقوم بافتتاح فندقين جديدين في مصر خلال الاشهر القليلة المقبلة اضافة الى فندقين آخرين في لبنان وفنادق جديدة أخرى في كل من سورية والأردن. بينما تخطط مجموعة فنادق ومنتجعات "ميريديان" لافتتاح خمسة فنادق جديدة هذه السنة في المنطقة. وسلسلة فنادق ماريوت العالمية ستدخل في مشاريع جديدة في كل من الأردن ومصر وسترفع إسمها فوق تسع مؤسسات فندقية جديدة في هذه المنطقة قبل نهاية العام 2004.



فرانسيسكو فرانجيالّي الأمين العام للمنظمة العالمية



ممدوح البلتاجي وزير السياحة المصري

ما قبل الإنتفاضة

وسجّلت حركة قدوم السياح الى دول المنطقة نمواً بلغ نسبة 10,2 في المئة خلال العام 2000 وهي ثاني أعلى نسبة في العالم بعد دول منطقة جنوب شرق آسيا، وبلغ مجمل عدد الزوار الى هذه البلدان نحو 20 مليون شخص، يضاف اليهم نحو ثلاثة ملايين زاروا اسرائيل.

وعلى الرغم من ذلك فإن حجم السياحة الى المنطقة كان يعتبر ضئيلاً ولم تتعدّ نسبته الـ4 في المئة من حجم حركة السياح العالمية والتي بلغت نحو 698 مليون سائح في العام الماضي. إلا أن **فرانشيسكو فرانجيالي**، الأمين العام للمنظمة العالمية للسياحة أكد أن نمو الحركة السياحية في منطقة الشرق الأوسط يرتبط مباشرة بنجاح عملية السلام، موضحاً أن السياحة الثقافية تشكّل إحدى أهم ركائز السياحة التي من المنتظر أن يتضاعف حجمها مع التوقيع على اتفاقيات سلام بين اسرائيل وجيرانها.

غير أن اتفاقيات السلام الموقّعة أثبتت أنها هشّة وأنها معرضة للإنهيار في أي لحظة مشكّلة مخاطر أمنية تعكسها الصحافة الأجنبية وتبعد السياح عن المنطقة.

اسرائيل: الخاسر الأكبر

لا شك في أن الدولة العبرية هي الأكثر تأثراً من جراء الانتفاضة ليس فقط على القطاع السياحي بل على النشاط الاقتصادي بشكل عام. وتعاني اسرائيل من مرحلة ركود اقتصادي منذ اندلاع الأحداث أثّر على قيمة العملة المحلية وعلى حركة الإستثمار ونشاط مختلف القطاعات. وعلى الرغم من محاولة الحكومة فصل باقي البلاد عن مناطق التوتر، لا زالت الصحافة العالمية تبرز اسرائيل على أنها غير آمنة خصوصاً مع حصول مواجهات استعملت فيها جميع أنواع الأسلحة المدمّرة وطاولت أهم المقاصد

تراجع
بين 30 و40 في المئة

يرى نائب الرئيس والمدير الإداري العالمي لشركة "سينرجي" غريغوري أونيل أن للوضع الأمني في منطقة الشرق الأوسط تأثيراً كبيراً على قطاعي السياحة والسفر، فالصحافة تأخذ حيّزاً فعالاً في إظهار النواحي السلبية والتفكير السائد في العالم هو أنك عندما تذهب إلى إسرائيل تكون في خطر.

وكشركة أميركية، يضيف أونيل، تعتمد سينرجي على التحذيرات التي تصدرها الإدارة الأميركية لرعاياها حول خطورة التوجّه إلى إسرائيل، إلا أنه يجب التعاطي أحياناً مع هذه التحذيرات بوعي وإدراك.

وفي ما يتعلق بالانخفاض في قطاع السياحة، يشير أونيل إلى أن إسرائيل تعاني انخفاضاً في حركتها السياحية يراوح بين 30 و40 في المئة.

السياحية مثل بيت لحم وأطراف القدس وغيرها. وسجّلت الأحداث الأمنية إمتداداً الى العمق الإسرائيلي حيث أدت 17 عملية تفجير انتحارية نفذها فلسطينيون داخل اسرائيل الى سقوط ما يزيد على 150 قتيلاً اسرائيلياً خلال الأشهر العشرة الماضية، والى شل الحركة في المؤسسات السياحية حتى من الرواد المحليين.

وبدأت انعكاسات هذه الأحداث تظهر منذ بداية الأحداث في أيلول / سبتمبر 2000، حين سجلت شركات السياحة والسفر الأوروبية والاميركية حملة الغاء حجوزات الى الأراضي المقدسة. وذكرت مصادر العديد من هذه الشركات أن نسب الإلغاء وصلت الى ما بين 60 و75 في المئة.

كما ذكرت مصادر وزارة العمل الاسرائيلية أن البلاد خسرت ما يزيد على 830 ألف سائح هذه السنة وأن ذلك أدى الى إلغاء نحو 6000 فرصة عمل في القطاع الفندقي وحده. كما أكّد مصدر صحفي نقلاً عن رئيس جمعية أصحاب الفنادق في القدس الغربية أن الفنادق في هذا الجزء من المدينة صرفت نحو نصف القوى العاملة فيها خلال النصف الأول من هذه السنة.

وفي هذا الاطار أكد **غريغوري أونيل** نائب الرئيس والمدير الإداري في العالم لشركة "سينرجي" (Synergi) السياحية أن "اسرائيل متضررة جداً من الوضع الأمني، إذ تعاني من انخفاض في الحركة السياحية تراوح نسبته بين 30 و40 في المئة"، موضحاً أن الصحافة العالمية تظهر النواحي السيئة في الوضع وأن التفكير العام هو أنك عندما تذهب الى الشرق الأوسط تكون في خطر".

وأكدت تقارير عدة أن حركة السفر الى اسرائيل تراجعت بحدة خصوصاً من الولايات المتحدة الأميركية وأن العديد من وكالات السياحة والسفر المتخصصة في تنظيم الرحلات الى اسرائيل خسرت ما بين 60 و70 في المئة من حجم اعمالها، واضطرت الى صرف العديد من موظفيها أو الى تخفيض ساعات العمل لهم، ما اضطرها أيضاً الى محاولة ايجاد بدائل للمقاصد الإسرائيلية مثل أوروبا الوسطى وأميركا الجنوبية وجنوب شرق آسيا.

وقدّرت خسارة اسرائيل المباشرة من تراجع النشاط السياحي فيها بما يزيد على 1,16 مليار دولار هذه السنة. إضافة الى ذلك، تعاني المؤسسات السياحية في البلاد من تراجع حاد في اعمالها حتى محلياً نظراً لتخوف الإسرائيليين من ارتياد الأمكنة العامة مع تعاظم عدد العمليات الإنتحارية التي ينفذها مقاومون فلسطينيون.

ومما زاد من حدة الأزمة السياحية خصوصاً من ناحية حركة القادمين من الولايات المتحدة الأميركية، إصدار وزارة الخارجية فيها تحذيراً بتجنب زيارة اسرائيل لدواع أمنية، وكان ذلك في شهر تشرين الأول / أكتوبر 2000.

ومن ناحية أخرى، أثرت الأحداث الجارية على حركة السفر الى اسرائيل بحراً وجواً. فأعلنت شركة "العال" الإسرائيلية للطيران أن خسائرها في النصف الأول من هذه السنة تخطت التوقعات ووصلت الى نحو 83 مليون دولار أميركي. وكان ذلك على الرغم من تراجع أسعار المحروقات ومصاريف تشغيلية أخرى. وعزت الشركة ذلك الى عدم استقرار الأوضاع الأمنية في اسرائيل. كما قامت شركات طيران عالمية أخرى عدة بتعديل برامج رحلاتها الى اسرائيل. أيضاً قامت معظم الشركات الأوروبية بتغيير مواعيد رحلاتها بحيث يتمكن الطيارون والمضيفون من عدم المبيت في الأراضي الإسرائيلية.

وبالنسبة الى الرحلات السياحية البحرية الى الموانئ الإسرائيلية، فإنها شهدت تراجعاً كبيراً. وقامت شركات عدة منظمة لهذه الرحلات بتحويل اتجاه محطاتها الى مرافئ أخرى في المنطقة مثل مرفأ بيروت ومرفأ العقبة في الأردن، تجنباً للمخاطر الأمنية التي يتعرض اليها المسافرون.

وفي ظل انعدام أية مؤشرات توحي بانفراج هذه الأزمة في اسرائيل، قامت الحكومة الاسرائيلية باتباع سياسة تميل الى تجاهل الأزمة أمام الرأي العام العالمي والى تخصيص مبلغ قدره 100 مليون دولار أميركي للترويج السياحي في الخارج.

الأردن: تراجع

شهد القطاع السياحي الأردني تراجعاً كبيراً منذ الربع الأخير للعام الماضي. وكان القطاع شهد نمواً بلغ 12 في المئة في 1999 وتراجع الى 7,5 في المئة في العام 2000 وذلك بسبب النمو السلبي للربع الأخير من السنة.

وذكرت مصادر تجارية في الولايات المتحدة الأميركية أن الاضطرابات الأمنية في فلسطين انعكست على البلدان المجاورة، خصوصاً في الأردن ومصر. وذكر مدير المكتب السياحي المصري في منطقة شرق الولايات المتحدة أن 30 في المئة من البرامج السياحية الآتية من هذه السوق ترتبط بإسرائيل وهي شبه متوقفة حالياً. وانعكس هذا التوقف على الأردن في تدني عدد الزوار القادمين من مدينة ايلات الاسرائيلية عبر الحدود لزيارة المواقع السياحية الأردنية خصوصاً في منطقة العقبة.

وذكرت مصادر وزارة السياحة الأردنية ان عدد السياح العابرين من الحدود الاسرائيلية تدنى بنسبة 75 في المئة خلال الثلث الأول من هذا العام مقارنة مع الفترة نفسها من العام الماضي. فلم يتعدّ عدد القادمين عبر الحدود الاسرائيلية في هذه الفترة الـ12000 زائر مقابل 48000 في هذه الفترة من السنة الماضية.

وكان الأردن قد بدأ بترسيخ موقعه سياحياً بعد التوقيع على اتفاقية السلام في العام 1994. فتزايد عدد الزوار اليه حتى بلغ نحو 1,3 مليون سائح في العام الماضي، وأصبح حجم المداخيل من القطاع السياحي يشكل نحو 12 في المئة من الناتج المحلي العام، كما تزايد عدد الفنادق في المدن السياحية. ففي منطقة البتراء ارتفع عدد الفنادق من فندق واحد في بداية التسعينات الى نحو 50 فندقاً حالياً.

وردت مصادر مطّلعة تدني نسبة الإشغال في الفنادق في منطقة العقبة من 48 في المئة في 1999 الى 30 في المئة حالياً الى الأحداث الجارية في الأراضي الفلسطينية، لكنها أكدت أن ذلك لم يؤثر على حركة الرحلات السياحية البحرية الى ميناء العقبة. ومن المتوقع أن يشهد عدد السياح

القادمين بحراً الى ميناء العقبة تزايداً بنسبة قد تصل الى 100 في المئة مقارنة مع السنة الماضية.

ويبدو أن الأردن يحاول تغيير ستراتيجيته في الترويج السياحي لمواجهة هذه الأزمة من خلال عقد اتفاقات سياحية مع الدول المجاورة مثل مصر وسورية ولبنان. وذكر محمود هلالات، مدير المكتب السياحي في منطقة العقبة أنه على ثقة أن هذه المنطقة ستعود الى حيويتها السياحية في ضوء المعطيات والمقوّمات السياحية الموجودة فيها خصوصاً أنه يتم تسويقها حالياً في أوروبا كمقصد سياحي شتوي، ما يجعل منها مركزاً سياحياً على مدار السنة. وذكر مصدر حكومي أردني ان الهدف هو الإفادة من ما يسمى بالمثلث الذهبي المؤلف من ثلاث نقاط سياحية هي العقبة والبتراء ووادي الروم، وأن الاستثمارات السياحية في هذه المنطقة مستمرة بحيث انه من المتوقع أن يرتفع عدد الغرف الفندقية المتوفرة فيها من 2100 غرفة حالياً الى 6000 غرفة خلال السنوات الخمس المقبلة.

ويبدو ان الحكومة الأردنية تتجه حالياً الى تنويع الأسواق السياحية وعدم ربط القطاع بعملية السلام، وذلك واضح في عمليات الترويج التي تزايدت مؤخراً لاستقطاب أسواق خليجية وشرق أوسطية وأوروبية جديدة.

مصر، ضرر موضعي ومحدود

مصر، من ناحيتها، واجهت تراجعاً في النشاط السياحي من جراء تدهور الوضع الأمني في الشرق الأوسط، إلا أن الحكومة المصرية أعلنت أن هذا التدهور محدود. كما ذكر وزير السياحة المصري د. **ممدوح بلتاجي** أن "لا داعي للمبالغة على الإطلاق في حجم الإنخفاض في السياحة الأجنبية والعربية الى مصر"، موضحاً أن حجم هذا الإنخفاض بلغ بالتحديد 5,9 في المئة في الفترة من أول كانون الثاني / يناير حتى آخر حزيران / يونيو 2001 مقارنة بالفترة نفسها من العام المنصرم. وأضاف أن الانخفاض في السياحة العربية الى مصر بلغ 5,1 في المئة وأنه "بالتالي هناك مبالغة كبيرة في ما أثير عن حجم انخفاض السياحة العربية".

وخلافاً لما أشيع في وسائل الاعلام العالمية، أكد **البلتاجي** أن السياحة الأميركية الى مصر تراجعت بنسبة 5,4 في المئة فقط بينما زادت أسواق أخرى بدرجة ملحوظة



نموذج بسيط من الممارسات الإسرائيلية

مثل اليابان والدول الإسكندنافية وروسيا وبعض الدول العربية. وأكّد الوزير المصري أن حكومته تتعامل مع الموضوع على اساس إدارة الأزمة للتعويض عن النقص الحاد الناتج من انعكاسات الأزمة في المنطقة وأن هذا التعامل نجح في جلب اعداد جديدة ومختلفة من السياح الأجانب خصوصاً من اوروبا وروسيا وغيرها.

وتقضي هذه الستراتيجية بتكثيف اتصالات الحكومة المصرية مهنياً واعلامياً وتوسيع نطاق الحملة الترويجية لتغطية الأسواق التقليدية والأسواق الجديدة والواعدة المصدرة للسياح الى مصر.

ولكن على الرغم من تطمينات الحكومة المصرية عامة، يبدو أن الضرر الحاد كان موضعياً في هذا البلد وكان تحديداً في منطقة طابا – النويبع التي اعتمدت بشكل شبه كلي على السياح الاسرائيليين الوافدين اليها براً والذين وصل عددهم الى ما يناهز الـ400 ألف سائح في العام الماضي. وشهد هذا العدد انخفاضاً حاداً بلغ نحو 75 في المئة، إذ لم يتعد عدد السياح الاسرائيليين الى مصر الـ 40 ألف سائح في النصف الأول لهذه السنة وذلك بسبب الأزمة في الأراضي الفلسطينية.

ونتيجة لذلك تعاني المؤسسات السياحية في طابا من تراجع حاد وضخم في حجم الأعمال لديها وهي مهددة بإغلاق أبوابها إذا ما استمر الوضع على حاله. وتحدثت مصادر صحفية مصرية عن ضرورة وضع طابا على لائحة المقاصد التي يجب الترويج لها بقوة في الأسواق السياحية المصرية خصوصاً أن حجم الاستثمارات السياحية في تلك المنطقة فاق الـ 1,5 مليار جنيه مصري.

لبنان وسورية

لم توقّع سورية ولبنان اتفاقية سلام مع اسرائيل ويعتقد كثيرون من المحللين الإقتصاديين أن ذلك في حد ذاته أثّر على الحركة السياحية في البلدين. إلا أن الواقع يثبت أن السياحة، على الرغم من تدنيها في كلا البلدين، شهدت نمواً ملحوظاً خلال السنوات القليلة الماضية ولو بطيئاً نسبياً وأن هذا النمو لم يتأثر باندلاع الأحداث الأخيرة في فلسطين. على العكس فإن القطاعات السياحية شهدت نمواً بسبب الانتفاضة مثل قطاع الرحلات السياحية البحرية في لبنان حيث اختار العديد من الشركات المنظمة لهذه الرحلات تجنب الموانئ البحرية الاسرائيلية بسبب الأوضاع الأمنية هناك وتوجيه سفنها الى ميناء بيروت، وانعكس ذلك في آخر النتائج التي أعلنتها إدارة مرفأ بيروت التي أظهرت ارتفاعاً في عدد السياح الوافدين عبر المرفأ في الأشهر السبعة الأولى بلغت نسبته 37,29 في المئة مقارنة مع الفترة نفسها من السنة الماضية.

وشهدت سورية نمواً سياحياً ملحوظاً في العام المنصرم من ناحية عدد الزوار القادمين بلغ 12 في المئة مقارنة مع العام 1999، كما أن معظم التوقعات بالنسبة للعام الحالي ايجابية خصوصاً مع المخططات السياحية التي تقوم بتنفيذها الحكومة والقوانين الإستثمارية الجديدة وسياسة الإنفتاح والتحديث.

ولبنان بدوره شهد نمواً كبيراً في قطاع السياحة إن من ناحية عدد الزوار القادمين أو من ناحية الإستثمارات، وقد برز النمو السياحي بعد الانسحاب الاسرائيلي من الجنوب وتنفيذ القرار 425 ولو جزئياً. إضافة الى نجاح الحكومة اللبنانية ولو جزئياً أيضاً في فصل ملف الجنوب عن باقي البلاد. وتوقّعت مصادر اقتصادية مطلعة أن يرتفع عدد السياح القادمين الى لبنان خلال العام الحالي الى ما يزيد على مليون سائح (باستثناء الزائرين من سورية).. كما تشهد العاصمة اللبنانية فورة استثمارات في القطاع الفندقي.

ان نجاح عملية السلام ضروري لإنجاح القطاعات السياحية في بلدان المنطقة، والأهم ربما هو خلق الأجواء الأمنية المستقرة اللازمة لتنشيط الحركة السياحية، إلا أن ذلك لا يتحقق من خلال توقيع اتفاقات سلام منفردة بين اسرائيل وجيرانها، بل من خلال سلام شامل ودائم وعادل يؤمن الإستقرار في جميع دول المنطقة وينعكس في مضاعفة نمو حجم النشاط السياحي فيها والإبقاء على هذا النمو. ■

انطوان داغر

"سينرجي" لخدمات السياحة تتوسّع عربياً

شراكة مع لبنان بعد مصر والسعودية والإمارات وعمان

يأخذ تجميع شركات إدارة السفر الحيّز الأكبر من عمل سينرجي Synergy حول العالم، وهي شبكة سفريات عالمية تقوم بتمثيل وكالات السفر، إلى اختراق السوق المحلية ومساعدتها على النمو والمنافسة.

بدأت "سينرجي" عملها منذ 9 سنوات، لكن العامين الأخيرين أظهرا تطوراً لافتاً للشركة دفع بها إلى مصاف الكبار في مجالها، حيث تحتل المرتبة الثانية بحجم أعمال سنوي قدره 12 مليار دولار أميركي متعادلة مع "أميركان اكسبرس" و"كارلسون" و"سينرجي" برأس مال 11 مليار دولار، تنتشر في أكثر من 53 دولة ولديها أكثر من 12 ألف موظف في 3 آلاف مكتب حول العالم.

"الاقتصاد والأعمال" التقت غريغوري أونيل أحد مالكي "سينرجي" ونائب الرئيس والمدير العالمي، وذلك خلال توقيع اتفاقية الشراكة بين "سينرجي" وشركة GAS Travel جنرال ايرلاين سرفيسيز) ممثلة بمديرها العام ألكسندر ألوش، وهي شركة سفر لبنانية برأس مال مليونا دولار وتتمتع بخبرة 35 عاماً في مجال السفر والسياحة.

والاتفاقية مع GAS تأتي استكمالاً لسلسلة شراكات تقوم بها "سينرجي" في المنطقة العربية أبرزها مع مجموعة الفطيم في الإمارات حيث دبي المقرّ الإقليمي للشركة، وتتواجد "سينرجي" في مصر من خلال سيتي فرست ترافل City First Travel، وفي سلطنة عمان من خلال "بهوان للسياحة والسفر"، وفي السعودية من خلال شركة الشام للسفر، وتتطلّع "سينرجي" للوصول إلى 70 شريكاً بحلول نهاية العام 2001 مع إنجاز اتفاقيات شراكة في الصين وألمانيا وأفريقيا وباقي البلدان العربية.

اهتمام بالمنطقة

ويظهر أونيل اهتماماً كبيراً بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا كونها سوقاً جديدة على صعيد التجميع، ويتطلّع إلى استقدام التكنولوجيا إليها لكنه يشير إلى أن الشراكات التي تعقدها "سينرجي" هي حصرية، إذ أن الهدف هو التجميع الفعّال. والاستثناء الوحيد لهذه الحصرية هو في المملكة المتحدة حيث لها شريكان، وكذلك ألمانيا.

وعن اختيار "سينرجي" لوكالة GAS في لبنان والقيام بتمثيلها في الخارج يقول أونيل: "أحد الأسباب التي دفعتنا لهذا الاختيار هو أن هذه الشركة كانت تتطلّع لتطبيق التكنولوجيا لتكون الأولى في المنطقة التي تملك صلات عبر الشبكة بجميع الشركات التابعة لـ"سينرجي" حول العالم، ما يتيح لـ GAS الفرصة لتوسيع أعمالها ومنافسة الشركات الكبرى، واستخدام التكنولوجيا في تطبيق النظام الإلكتروني لمراقبة النوعية (Automated Quality Control System)".

ويشرح أونيل هذا النظام قائلاً: "إن معظم وكالات السفر في لبنان تراقب عملية الحجوزات تلقائياً للتثبّت من تأكيد الحجز وصحة الأرقام وبطاقات الاعتماد. هذه العمليات ستصبح مؤتمتة بفضل النظام الجديد كما هو حاصل خارج منطقة الشرق الأوسط. وستتضمن هذه العمليات التعديلات اليومية على مدار الساعة، فإذا ألغى أحد المسافرين رحلته وأصبح المقعد شاغراً، يتلقّى فريق العمل في GAS علماً بذلك إلكترونياً". ويوضح أونيل أن ذلك "سيتيح للزبون فرصة أكبر للإستفادة من عروض محفظة الأسعار".

وعما إذا كان لـ"سينرجي" خطة مستقبلية في المنطقة على مدى السنوات الخمس المقبلة، قال أن ذلك "هو بمثابة مجازفة، فالخطط قصيرة الأجل أكثر أماناً، وتتمثّل هذه الخطط في تطبيق التكنولوجيا. ولذا، فأمام GAS فرصة للمنافسة وتقديم خدمات حول العالم على المدى القصير، مع إمكانية العمل خارج السوق اللبنانية على المدى الطويل".

وبما أن "سينرجي" تساعد شركاتها التابعة بتزويدها التكنولوجيا كان لا بدّ من التدريب. ويشير هنا أونيل إلى أكاديمية "سينرجي" التي أنشئت للقيام بالتدريب في الحقل التكنولوجي وتدريب الزبائن على عولمة أعمالهم وتجميعها. وتتوزع مراكز الأكاديمية بين شيكاغو ونيس وسنغافورة ودبي.

ألوش: البحث عن التميّز

أما المدير العام لـ GAS ألكسندر ألوش فاعتبر "أن الشركة كانت تسعى إلى التميّز عن باقي وكالات السفر. أردنا توفير نوعية غير متوافرة في لبنان من خلال اتفاقية الشراكة. قدمت "سينرجي" لنا التكنولوجيا ووفّرت طريقة أفضل لإنجاز الأعمال وتقديم الخدمات للزبائن. وستستفيد GAS من تجربة "سينرجي" حول العالم لتطبيقها في الشرق الأوسط، كما أننا أصبحنا ضمن شبكة تربطنا بـ 53 شركة أخرى".

وأضاف ألوش: "النقطة الأهم تتمثّل بدخول سوق الشرق الأوسط بحيث تتولى GAS إدارة الرحلات من المكتب الرئيسي في لبنان مع إمكانية القيام بالعمل من دبي أو



القاهرة، وهذا هو المعنى الحقيقي للتجميع".

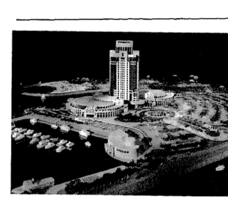
أما مصلحة المسافرين القادمين إلى لبنان من هذه الشراكة فيقول ألوش أنها تتمثّل في مساعدتهم وتسهيل رحلتهم في حال واجهتهم أي مشكلة...".

الحجز عبر الشبكة

تقدم "سينرجي" لزبائنها خدمة الحجز عبر الشبكة التي تؤمّن طريقة حديثة لتنظيم الرحلات. وتساهم هذه الخدمة في خفض حجم الاتصالات الهاتفية الضرورية للحصول على بطاقة سفر بنسبة تصل إلى 50 في المئة. وعلى الرغم من ذلك، فإن نسبة إتمام الحجز عبر الشبكة في الدول التي تستخدم الإنترنت لا تزال منخفضة. فمعظم الذين يستخدمون أدوات الحجز عبر الشبكة، وبحسب **أونيل**، يطّلعون على الجداول والمواعيد والعروض من دون أن يصلوا إلى مرحلة اتخاذ القرار بالحجز عبر الشبكة. لذلك نرى أنه يجب النظر إلى الحجز الإلكتروني كخيار ثانوي ويجب أن لا يكون بديلاً عن مكاتب السفر".

وفي ما خص العالم العربي، يعتقد **أونيل** أن البنية التحتية لأنظمة المعلوماتية لا تزال ضعيفة، فضلاً عن أن عدد مستخدمي الإنترنت لا يتجاوز الواحد في المئة من السكان. ويشير إلى أن عدد مزوّدي خدمات الإنترنت (ISP) قليل، والشركات التي تستخدم خطوط الاتصالات السريعة نادرة، وهذا يشكّل عائقاً أمام استخدام أدوات الحجز الإلكتروني، إذ أن السرعة هي المعيار الأساسي للخدمة. ■

هوليداي إن بر دبي يفتتح الشهر الحالي



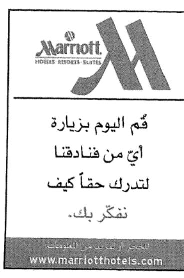
يجري خلال الشهر الحالي افتتاح فندق هوليداي إن بر دبي الحائز على جائزة الامتياز الهندسي الدولية، وبذلك يصبح ثالث فندق في الامارات العربية المتحدة يحمل هذه العلامة والمنشأة الـ61 في منطقة الشرق الاوسط وشمال أفريقيا.

الفندق يقع في منطقة "عود ميثاء" ويبعد 10 دقائق بالسيارة عن مطار دبي الدولي، ويضم 240 غرفة وأجنحة عدة وطابقاً لرجال الأعمال مع صالة خاصة، بالإضافة الى ردهة على نمط منطقة البحر الابيض المتوسط، كما يضم قاعة حفلات تتسع لنحو 450 ضيفاً ومركزاً للأعمال مجهزاً بأحدث التجهيزات وخدمات السكرتاريا.

وتمتاز غرف الضيوف باشتمالها على اجهزة تلفزة بقنوات متعددة مع تجهيزات شبكية تتيح لهم استلام الرسائل، الاطلاع على فواتير الحساب، ترتيب مواعيد الاستيقاظ واستخدام الانترنت.

كما يضم الفندق سبعة مطاعم ومنافذ للمأكولات والمشروبات ومجموعة من التجهيزات على السطح لضيوفه وأعضاء النادي فيه.

افتتاح فندق ومنتجع ريتز كارلتون في الدوحة

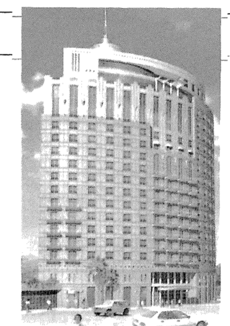


على بُعد عشرة كيلومترات فقط من قلب مدينة الدوحة و20 كيلومتراً من مطار الدوحة الدولي يقع فندق ومنتجع ريتز كارلتون الذي تملكه شركة فنادق قطر الوطنية على شاطىء الخليج العربي في الدوحة والذي سيتم افتتاحه نهاية الشهر الحالي.

يضم الفندق 374 غرفة تطل على الخليج العربي أو على قلب مدينة الدوحة وتتضمن 61 جناحاً، كما يشتمل على خمسة مطاعم هي: "لامير" الفرنسي، "بورتشيني" الإيطالي، "لاغون" المتنوّع و"فلامنغو" للوجبات الخفيفة والصحية، بالإضافة إلى "هابانوس" المتخصص بتقديم السيجار الفاخر...

يضم الفندق أيضاً قاعة كبيرة للمؤتمرات والمناسبات وقاعة أخرى للاجتماعات ولرجال الأعمال، بالإضافة إلى سبع غرف مستقلة أخرى للاجتماعات.

يذكر ان فنادق ريتز كارلتون تدير 40 فندقاً ومنتجعاً فخماً حول العالم، ويقع مقرها الرئيسي في اتلانتا في ولاية جورجيا الأميركية.



متروبوليتان بالاس بيروت يستعد لاستقبال زبائنه

بعد ان عزّزت موقعها الريادي في دولة الامارات، وفي خطوة طموحة لها تهدف الى توسيع انتشارها في الخارج، اعلنت سلسلة فنادق متروبوليتان عن افتتاح فندقها الجديد "متروبوليتان بالاس بيروت" خلال الشهر الحالي على ان يتم الافتتاح الرسمي في تشرين الأول / أكتوبر المقبل.

الرئيس التنفيذي لفنادق متروبوليتان **رحيم ابو عمر** قال ان العمل يجري حالياً لاختيار النخبة من الموظفين والذين سيبلغ عددهم في مختلف الاقسام نحو الـ400، وذلك تمهيداً لإجراء دورة تدريبية لهم قبيل الافتتاح على يد خبراء عالميين في صناعة الفندقة وتحت اشراف فريق عمل من العاملين حالياً في فنادق متروبوليتان.

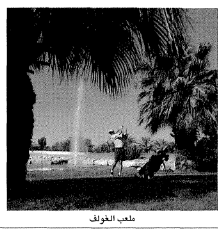
يقع الفندق في منطقة سن الفيل ويضم 225 غرفة و14 جناحاً، بالإضافة الى مطاعم متنوعة و8 قاعات للمؤتمرات وصالة كبيرة مخصصة للأعراس تتسع لنحو 1000 شخص.

أبو عمر توقّع نسبة إشغال مرتفعة جداً نظراً لما تتمتع به فنادق متروبوليتان من سمعة طيبة ولخلو المنطقة المحيطة بالفندق من فنادق من فئة خمس نجوم على غرار فندق متروبوليتان بالاس بيروت.

فندق انتركونتيننتال الرياض: تطويرات جديدة

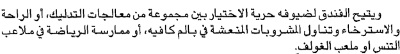
تبنى فندق انتركونتيننتال الرياض تطويرات جديدة تجسد الأبعاد المستقبلية التي ستواكب متطلبات واحتياجات ضيوف منشآت شركة Six Continents Hotels النامية في المملكة العربية السعودية.

وذكرت الشركة أن السائحين ورجال الأعمال ومنظمي المؤتمرات والمجتمع المحلي سيستفيدون للغاية من برنامج التحديث الذي شمل افتتاح نادي "بالم غولف وكاونتري كلوب" ويتألف من ناد صحي مجهز بأحدث التجهيزات والمعدات، ويقع في الحدائق الفخمة المؤدية لملعب غولف الفندق الذي يضم تسع حفر. كما شمل الجمنازيوم المطل على مسبحي الفندق، والمجهز بأحدث مجموعة معدات ستيرماستر كارديو واكاريان ريسيستانس، بالإضافة إلى غرفة اختبار بالكمبيوتر للياقة البدنية.



ملعب الغولف

ويتيح الفندق لضيوفه حرية الاختيار بين مجموعة من معالجات التدليك، أو الراحة والاسترخاء وتناول المشروبات المنعشة في بالم كافيه، أو ممارسة الرياضة في ملاعب التنس او ملعب الغولف.



وعزز الفندق أيضاً تجهيزات الاجتماعات والحفلات والمؤتمرات بازاحة الستار عن مركز مؤتمرات بمظهر جديد. وشمل برنامج التجديد المكثف تحديث قاعة الحفلات التي تتسع لنحو 1000 ضيف، ويمكن تحويلها لقاعة مؤتمرات على شكل مسرح يتسع لنحو 1200 شخص. وتضم القاعة ثريات ضخمة ومدخلاً خاصاً جديداً تزينه نافورة مياه ودرجاً ملكياً.

وقال **كريس مولوني** مدير عام فندق انتركونتيننتال الرياض والمدير الإقليمي للعمليات في شركة Six Continents Hotels – المملكة العربية السعودية: "بات لدينا مجموعة جديدة ومدهشة من التجهيزات المخصصة لرجال الأعمال والسائحين والزائرين المسافرين، ولمنظمي المؤتمرات والاجتماعات ووفود الشركات".



مركز المؤتمرات بمظهره الجديد

الشارقة : إفتتاح فندق "ريجنسي فلامنغو"



ايلي طعمة

امين مكرزل

أعلن رئيس مجموعة فلامنغو لإدارة الفنادق أمين مكرزل عن افتتاح "ريجنسي فلامنغو ريزيدنس" للشقق الفندقية في الشارقة خلال شهر كانون الأول/ديسمبر 2001.

وقال مكرزل: "افتتاح ريجنسي فلامنغو يأتي ضمن تعزيز تواجد المجموعة في الإمارات العربية المتحدة. وتلائم هذه الشقق جميع النزلاء من رجال الأعمال والسياح والمقيمين، حيث تتمتّع بالموقع الفريد في شارع الملك فيصل في قلب إمارة الشارقة عاصمة الثقافة. ويتضمّن الفندق 137 شقة مفروشة على أعلى المستويات، تشمل 77 شقة غرفة واحدة و28 غرفتان و32 استوديو. كما تمّ اختيار مجموعة العمل على أعلى مستوى من الخبرة والكفاءة، لتقديم الخدمة الممتازة التي تعوّد عليها نزلاء فنادق فلامنغو".

ويبعد ريجنسي فلامنغو ريزيدنس 15 دقيقة عن كلّ من مطاريّ الشارقة ودبيّ الدوليين.

إيلي طعمه، مدير التسويق والمبيعات في المجموعة ومدير عام فندق برنسيس فلامنغو قال: "تمّ تجهيز ريجنسي فلامنغو بالاتفاق مع كبرى الشركات العالمية المتخصصة، والمفروشات صُممت خصيصاً لتضفي طابعاً مميّزاً ومختلفاً عن بقية الشقق الفندقية المتواجدة، وتمّ تزويده بنادٍ صحي حديث ومركز لرجال الأعمال مزوّد بخدمات الإنترنت وقاعة اجتماعات وحفلات". وأضاف: "هناك دراسة تسويقية متكاملة أُعدّت لإنجاح هذا المشروع وتسويقه بشكل مكثّف في دول مجلس التعاون والدول الأوروبية، وأسعار الإقامة مناسبة لجميع المستويات ومنافسة للسوق المحلّية".

وتدير مجموعة فنادق فلامنغو فندقيّ "برنسيس فلامنغو هوتيل" و"غولدن تيوليب فلامنغو الطائرة" في دبي، و"غراند كونتيننتال" في أبو ظبي، و"غولدن تيوليب الأندلسية" وفندق "الباحة" وفندق "العليا هاوس" في المملكة العربية السعودية، وفندق "برازيليا فلامنغو سويتس" في بيروت، وسيتمّ افتتاح فندق "غولدن تيوليب أم القيس" في الأردن العام 2003.

الجزائر : استثمارات ليبية في السياحة

كشفت الشركة الليبية العربية للإستثمار الخارجي عن نيّتها في توظيف 300 مليون دولار أميركي في مشاريع سياحية في الجزائر، ومن بين هذه المشاريع إنشاء ثلاثة فنادق فخمة ومركز للأعمال.

وقال مدير عام الشركة **سعيد عمر أبو شريد** أن العمل في هذه المشاريع سيبدأ خلال شهرين على أن ينتهي العمل فيها حتى العام 2003، وأضاف أنّ الشركة ستبني مركزاً للأعمال وفندقاً في الجزائر العاصمة بكلفة 129 مليون دولار وأن ما يزيد على 100 مليون دولار ستنفق عل بناء منتجعين سياحيين في منطقة عاصي مسعود الغنية بالبترول.

فنادق ومنتجعات باس دراسة خطط الـ 2002

عقدت فنادق ومنتجعات باس مؤتمر المبيعات والتسويق لدولة الإمارات العربية المتحدة في منتجع هوليداي إن الشارقة، الذي يشكل واحداً من سبعة فنادق تحمل هذه العلامة التجارية في الدولة.

وانضم المديرون العموميون ومديرو المبيعات والتسويق إلى ممثلين عن الإدارة العليا من المقر الإقليمي الرئيسي للشركة في الشرق الأوسط في القاهرة لمناقشة سلسلة من المواضيع التي تتضمن المبادرات الصيفية وستراتيجية الاتصالات لعام 2002.

وتدير فنادق ومنتجعات باس حالياً 115 فندقاً ومنتجعاً في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، بما في ذلك فنادق انتركونتيننتال في أبو ظبي ودبي والعين، فنادق كراون بلازا في أبو ظبي ودبي وفنادق هوليداي إن في دبي والشارقة.

فريق الإمارات يتوسطه كبار مسؤولي المبيعات

فندق "تاج بالاس": الإقبال يفوق المتوقّع

فندق دبي "تاج بالاس" استضاف العديد من السياح والعائلات الخليجية الذين توافدوا الى دبي والتي تم تصنيفها في المرتبة الاولى كأفضل وجهة سياحية وتسويقية بالنسبة الى العائلات الخليجية.

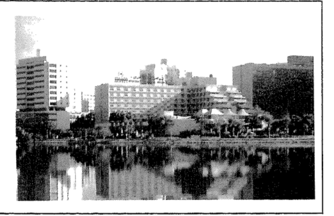
الاقبال على فندق تاج بالاس فاق كل التوقعات، إذ حقق نسبة إشغال عالية خلال الأيام الثلاثة الأولى على افتتاحه بلغت 87,5 في المئة.

وقد اكدت آراء العديد من النزلاء على شعور هؤلاء بالراحة والأمان لانتهاج سياسة "لا للكحول".

مايكل فان دير بروجين، مدير عام الفندق، عزا اختيار النزلاء لفندق "تاج بالاس" على وجه الخصوص إلى إعلانه سياسة "لا للكحول" حيث شكّل ذلك عامل جذب كبير.

مديرة قسم المبيعات والتسويق **نيكي بيج**، لخّصت فلسفة الفندق بامتزاج المهارة واللمسة الشخصية للحصول على الرضا التام من النزلاء، بالإضافة إلى الظهور بمظهر يختلف كلياً عن بقية الفنادق المنافسة من خلال تقديم النوعية والخدمات المميزة.

من جهة اخرى اطلق فندق "تاج بالاس" حملة ترويجية جديدة للاعلان عن المطاعم الخمسة المتنوعة التي تم افتتاحها مؤخراً، تنتهي في 15 ايلول / سبتمبر الحالي. الحملة تقدم مقابل وجبة غذائية في المطاعم الخمسة الاقامة لليلة واحدة مجاناً في الفندق.



فندق قصر البحر الأحمر ومهرجان المأكولات السعودية

تحت رعاية الغرفة التجارية في جدّه وضمن فعاليات مهرجان جدّه الثاني والعشرين، نظّم فندق قصر البحر الأحمر مهرجان المأكولات السعودية خلال الفترة من 7 الى 13 تموز/ يوليو الماضي.

اختيار الفندق لتنظيم هذا المهرجان جاء في إطار الحرص على المشاركة في انجاح مهرجان جدّه حيث جرت استعدادات مكثّفة في الفندق لتقديم مهرجان يليق بفعاليات "جده..غير" ولجذب العديد من زوّار عروس البحر الأحمر لتذوق المأكولات السعودية.

منتجعات البحر الأحمر تشهد ازدهاراً

يقول الخبراء أن منتجعات البحر الأحمر تشهد تدفقاً كبيراً للسياح من منطقة الخليج العربي لقضاء فترات العطل الصيفية.

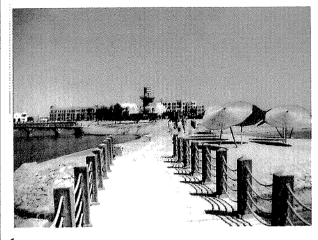
وأشار الخبراء في القطاع السياحي أنه خلال 18 شهراً شهدت بعض المنتجعات الرائعة في مصر، مثل الجونة وشرم الشيخ، إقبالاً كبيراً للسياحة الخليجية.

وقد أظهرت الأرقام الأخيرة أن 75 في المئة من الحركة السياحية في مصر تتركز على التسلية والإستمتاع والراحة.

وتعمل وزارة السياحة المصرية بجهد لتعزيز وتطوير مستوى الخدمات السياحية لمنطقة البحر الأحمر.

ويعتبر شرم الشيخ التجمع الأكبر للفنادق والمرافق السياحية في شبه جزيرة سيناء، إذ يوجد فيها أكثر من 350 فندقاً.

كما يُعتبر فندقا شيراتون ميرامار في الجونة وشيراتون شرم الشيخ مركزين رئيسيين لعقد المؤتمرات في مصر خصوصاً مؤتمرات الشركات والهيئات الخليجية.



دولاب لندن : 5 ملايين زائر في 18 شهراً

ركب دولاب لندن الذي أنشأته بريتيش أيرويز وأصبح أشهر معلم سياحي في العاصمة البريطانية بالزائر الذي حمل الرقم خمسة ملايين.

وفوجئت عائلة هال **وفالوري هولزمان** وابنهما **مايك** من ساكرامنتو في كاليفورنيا، لدى صعودهم إلى احدى كبسولات أضخم دولاب في العالم للقيام برحلة اكتشاف لندن من أعلى معلم فيها، باحتفال يقام على شرفهم وبوزيرة الثقافة والرياضة في المملكة المتحدة **تيسا جويل** تستقبلهم وتهنئهم. وللاحتفال بالمناسبة قدمت لهم بطاقتي سفر على متن الخطوط الجوية البريطانية وكبسولة خاصة على الدولاب.

هولزمان قال وقد غلبه الفرح: "دولاب لندن من المعالم الشهيرة وهو كان ضمن برنامج زيارتنا للعاصمة البريطانية".

الوزيرة **جويل** ألقت كلمة في المناسبة أعربت فيها عن سرورها قائلة: "أنه لأمر رائع أن يزور الدولاب خمسة ملايين سائح في خلال أقل من عام ونصف العام فقط". وأضافت: "لقد نالت لندن لقب أفضل وجهة للسياح في العالم، يكفي أن نتأمل من على علو أكثر من 450 قدماً المشهد أمامنا، لنفهم لماذا".



للأعمال طابع خاص
في فنادق روتانا
تمثل فنادق روتانا نموذجاً حياً لديناميكية الأعمال في مطلع القرن الحادي والعشرين، فهي تنفرد بخدماتها عالية المستوى ودخولها إلى التقنية الحديثة بأوسع أبوابها. وتحرص هذه السلسة الشرق أوسطية على تقديم الخدمات الفردية بأدق تفاصيلها، فضلاً عن التسهيلات الوفيرة التي تضفي على الإجتماعات والمؤتمرات الكمال المطلق والمتعة الحقيقية. ألا تستحق صفة المكان الأمثل لتداول الأعمال!
فنادق روتانا
في الشرق الأوسط
أبوظبي:
فندق أبوظبي جراند
فندق الشاطىء روتانا
الروضة روتانا سويتس
المها روتانا سويتس
إنترناشونال روتانا إن
دبي:
فندق البستان روتانا
فندق تاورز روتانا
فندق جميرا روتانا
رحاب روتانا سويتس
رمال روتانا سويتس
بالم بيتش روتانا إن
العين:
فندق العين روتانا
الشارقة:
فندق الشارقة روتانا
الفجيرة:
منتجع الفجيرة روتانا
شرم الشيخ:
كورال بيتش تيران
العريش:
كورال بيتش العريش
بيروت:
فندق جفينور روتانا
www.rotana.com
ROTANA روتانا
HOTELS • SUITES • RESORTS

توسيع الجنغل لاند في قرية مرسال





تزامناً مع فعاليات مهرجان جدّه 22، شهدت قرية مرسال السياحية أعمال توسعة استغرق تنفيذها أربعة أشهر من العمل المتواصل لتكون توسعة "أفريكان سفاري" مرحلة أولى جاهزة مع إنطلاقة فعاليات جدّه.

وعن التوسعات الجديدة وأهدافها، أشار **هيثم عبد القادر نصير**، الشريك والرئيس التنفيذي في قرية مرسال، أنه بعد النجاح الكبير الذي حققته جنغل لاند بالقرية في فعاليات جدّه 21، عكفت إدارة القرية على وضع الخطط والبرامج التي تواكب تطلعات الزوّار وتهيئة كافة الاستعدادات والترتيبات لفعاليات جدّه 22.

وقام مكتب إستشاري عالمي متخصص في شؤون المنتجعات بدراسة هذه التوسعات والإحتياجات المستقبلية للقرية.

نصير توقع أن تبدأ المرحلة الثانية والنهائية من التوسعات نهاية العام 2001 ليستغرق تنفيذها سنتين بإستثمارات إجمالية تبلغ 150 مليون ريال.

الجونة مكان مميّز للعبة الغولف



أسلوب سياحي جديد يكتسح منتجع بلدة الجونة في مصر الواقع في منطقة البحر الأحمر ألا وهو أسلوب سياحة لعبة الغولف، فوفود السيّاح تأتي الى المنتجع حاملة عتاد الغولف ومتطلّعة للعب.

ويمارس عدد من اللاعبين المهرة والمبتدئين لعبتهم المفضلة في الملعب التابع للمنتجع. ويلعب اللاعب الاسكتلندي المحترف **دايفيد ستيوارت** في ملعب الجونة منذ مدة ويعتبره مكاناً رائعاً لممارسة لعبة الغولف وأن هناك شبهاً كبيراً بينه وبين ملاعب الغولف في دبي.

شهادتا ايزو للجودة لمجموعة جميرا انترناشونال

منحت شركة لويدز لضمان الجودة كلاً من فندق جميرا بيتش وحديقة وايلد وادي المائية، شهادة ايزو 9001 – 2000 وهما من منشآت مجموعة جميرا انترناشونال.

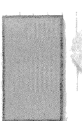
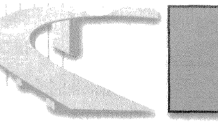
وحديقة وايلد وادي المائية هي اول حديقة مائية في العالم تنال شهادة ايزو المميزة، في حين ان فندق جميرا بيتش يحوز سنوياً منذ العام 1998 على هذه الجائزة.

وقال **بيتر ميتشل** مدير التدريب والجودة في جميرا انترناشونال:"لطالما كان لنا اعتقاد راسخ بأهمية هذه الشهادة كأداة لادارة الجودة، وهذا الالتزام يظهر من خلال مواصلتنا السعي الى تحقيق ايزو 9001 – 2000.

وقال **غلين دافيدسون** مدير عام حديقة وايلد وادي المائية: انه انجاز عظيم في كونها الاولى من نوعها في تنفيذ وتحقيق معايير 9002.



فريق جميرا بيتش وحديقة وايلد وادي

IRAQ CONSTRUCTION FAIR
معرض البناء في العراق

BAGHDAD INTERNATIONAL FAIR
MARCH 24-29, 2002

BRIDGE YOUR BUSINESS INTO THE MULTI-BILLION DOLLAR MARKET

ICF 2002 will form a unique opportunity to exhibit your latest technology in the following categories:

- Oil and Gas
- Modern Engineering
- Water treatment
- Heavy Machinery
- Sanitary and Ceramic Products
- Electro Telecommunication
- Building Material and Equipment
- Ecology related material
- Air cooling and conditioning
- Glass, wood and Metals
- Energy Generating Services
- Other related equipment and products.

Organized by:









REGISTRATION FORM

Baghdad International Fair
March 24-29,2002

1. EXHIBITOR

Name:______________________________

Full
Address:______________________________

Tel:______________ Fax:______________ E- mail:______________

Contact Person:______________________

Position______________________

2. BOOTH SPACE

Option 1 Shell Scheme - US $225/sq.m. Minimum Booking 12sq.m (3m x 4m).
This option includes: Space, with back & side panels, carpet, fascia and name board, per unit of 12sq. m: 1 counter, 1 Desk, 2 chairs, 3 spotlights, 3 shelves, a single phase 220v 5amp. power outlet, electrical consumption, air-condi tioning, daily cleaning and 1 sq. m storage area.

Option 2 Outdoor Space - US $175/sq.m. Minimum Booking -36sq.m.
This option is available to manufacturers of large and heavy machineries. It consists of a bare floor space for exhibitors wishing to design their own booth, subject to organizers approval. Power is charged separately.

3. APPLICATION

☐ We hereby apply to book _______sq.m. (____m x ____m) of Shell Scheme at US $ 225/s.m. = US $____________

☐ We hereby apply to book _______sq.m. (____m x ____m) of Outdoor Space at US $ 175/sq.m. = US $ ____________

NET TOTAL = US $ ____________

Payments shall be remitted to **Al-Iktissad Wal-Aamal** by:
Bank Transfer in US $: ICF 2002 Acct. # 894 613-66
Banque Libano-Francais, Mazraa Branch
Swift Code: BLFS LB BX
or Bankers Cheque to New York in US $ to the order of: Al-Iktissad Wal- Aamal

Or , Credit Card: Visa ☐ American Express ☐ Master Card ☐

Number: ☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐☐ **Expiry:** ☐☐ ☐☐ ☐☐

Agreed to

Place:______________ Name:______________________

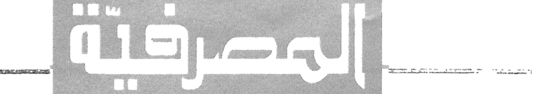
Date:______________ Position:______________________

Signature: ______________________

Corporate Stamp

Please fill and send to:

Global Business Forum
Lebanon: P.O. Box 113-6194 Hamra - Beirut 1103 2100 Tel. +961 1 780200 Fax. +961 1 780206
Saudi Arabia: P.O.Box 5157 Riyadh Tel: +966 1 4778624 Fax: +966 1 4784946
UAE: P.O.Box 55034 Dubai Tel: +971 4 2941441 Fax: +971 4 2941035
North Africa: Tel.+216 1 806550 Fax. + 216 1 806660 E-mail: hfawaz1@hotmail.com
E-mail: ICF2002@iktissad.com Web Site: www.icf2002site.com



رأي

أين تستثمر؟

مع قرب انتهاء العطلة الصيفية، يتساءل العديد من المستثمرين العرب كيف سيوظفون أموالهم في الفترة المقبلة في ظل التطلعات السلبية في مختلف الأسواق والأدوات المالية. وكان الكثير منهم قد اعتاد الاستثمار في الأسواق المالية العالمية التي منحت فرصاً كبيرة للربح السريع خصوصاً خلال الفترة بين العامين 1997 و2000.

وقد ربح من ربح، وخسر من خسر، خلال تلك الموجة من الارتفاع العام في الأسواق المالية بهدف تحقيق الأرباح السريعة، لكن أجواء الاستثمار الدولي تغيّرت هذا العام، بل وانعكست اتجاهاتها مع هبوط أسعار الأسهم، وتدنّي معدلات الفوائد على العملات الدولية، وارتفاع أسعار السندات. وقد تأكّدت هذه التغيرات مؤخراً مع دخول الاقتصاد الأميركي في مرحلة من الركود النسبي من دون أن تظهر معالم تحسّن بارز في الاقتصاديات الأوروبية أو اليابانية. أما الأسواق الناشئة، فقد زادت مخاطرها في الأشهر الأخيرة في ظل أزمتي كل من الأرجنتين وتركيا، ما دفع المصارف الدولية إلى خفض حجم إقراضها واستثماراتها في هذه الأسواق بشكل عام. هذا، ولا يبدو أن أسعار المعادن الثمينة كالذهب والفضة، ستفيق من سباتها العميق في القريب العاجل.

في ظل هذه الأوضاع، أصبح المستثمرون، الصغار منهم والكبار، في حيرة من أمرهم، لا سيما وأن مخاطر الاستثمار المالي ترتفع، في حين أن مردودها المتوقّع هو على انخفاض كبير. فهل يشكّل هذا الوضع فرصة للمستثمرين العرب الذين دخلوا لعبة الأسهم الدولية، للتحوّل إلى الأسواق المالية العربية؟ هذا أيضاً ما لا يمكن التنبؤ به حالياً في ظل ركود معظم الاقتصاديات العربية غير النفطية، في الوقت الذي لا زالت فيه الدول النفطية تتعافى من الآثار العميقة لهبوط أسعار النفط قبل عامين.

ما يبدو مرجّحاً في المقابل، هو العودة إلى الاعتماد على الخبراء والمتخصصين في مجال الاستثمار المالي، لا سيما المحافظين منهم. أبرز مثال على ذلك هو "بنك سويسرا المتحد" UBS الذي استقطب في النصف الأول من هذا العام نحو 16,6 مليار دولار أميركي في قسم إدارة الموجودات لديه، في حين كان يعاني في العامين السابقين من تراجع الأموال التي كان يديرها لصالح العملاء الكبار والمميزين. ففي مراحل النمو والانتعاش الاقتصادي، يمكن لأي مستثمر أن يجني الأرباح، لكن في فترات الهبوط والركود، وحدهم أصحاب الخبرات الطويلة والأكيدة هم الذين يستطيعون تحقيق أداء جيد.

خاص ... خاص ... خاص ... خاص ... خاص ... خاص ... خاص

القمة المصرفية العربية في بيروت

تنعقد في بيروت في 31 تشرين الأول/أكتوبر المقبل القمة المصرفية العربية للعام 2001 والتي تحمل عنوان "تحرير تجارة الخدمات في العالم العربي".

ينظّم هذا المؤتمر إتحاد المصارف العربية ولجنة الأسكوا ويحضره أمين عام جامعة الدول العربية.

واعتبر رئيس اتحاد المصارف العربية أن إمكانات التعاون البيني بين المصارف أفضل من التعاون على صعيد السلع. فالتبادل السلعي يصطدم بمشكلة التشابه، في حين أن هناك تمايزاً بين مستوى الخدمات المصرفية ضمن العالم العربي، الأمر الذي يوفّر له قيمة مضافة عالية.

بنك البحرين والكويت والخدمات الاسلامية

قال الرئيس التنفيذي لبنك البحرين والكويت مراد علي مراد أن البنك، وكمساهم رئيسي في بنك الخليج الإسلامي للإستثمار، يدرس خيارات أخرى لتنشيط أعماله والتوسّع في سوق الخدمات المصرفية الإسلامية التي تعتبر البحرين أكبر مراكزها في المنطقة.

وذكر مراد أن بنك الخليج الإسلامي للإستثمار الذي تأسّس بالإشتراك مع شركة المستثمر الدولي، لم يطوّر نشاطه كما كان مرتقباً لأسباب عدّة أهمها أن الشريك (المستثمر الدولي) كان يمرّ بتغييرات أساسية أدّت مؤخراً إلى الإعلان عن اندماجه مع مجموعة البركة.

وأكّد مراد أننا "ندرس إمكانية العمل في سوق الخدمات المصرفية الإسلامية ليس فقط على نطاق البحرين بل على مستوى الخليج ككل.

المحتويات



مراد علي مراد

"صحيح أننا أكبر بنك في البحرين حالياً، لكن هذا ليس كافياً وعلينا التفكير في المرحلة المقبلة وكيفية التوسّع والنمو وفق رؤية ستراتيجية...".

هذا ما قاله الرئيس التنفيذي لـ "بنك البحرين والكويت" مراد علي مراد، مشيراً إلى أن هذا التوجّه هو الذي أملى على البنوك وجوب الفصل بين المدير العام والرئيس التنفيذي.

تحدّث مراد علي مراد في حواره مع "الاقتصاد والأعمال" عن توجهات بنك البحرين والكويت في كافة المجالات لا سيما منها: تحسين الربحية، التوسّع في الإقراض، التوسّع في الخارج، الدمج وغير ذلك. وهنا الحوار:

فصل المنصبين

■ **ما أهم التطورات التي شهدها البنك في السنة الحالية؟ وما هي أولويات المرحلة المقبلة؟**

□أحدثنا تغييراً أساسياً في بنية الإدارة العليا في البنك نتج عنه فصل منصب المدير العام عن منصب الرئيس التنفيذي اللذين كان يشغلهما شخص واحد من قبل. الآن، اصبح هناك رئيس تنفيذي وكذلك مدير عام للبنك. الهدف من ذلك هو تحرير الرئيس التنفيذي لتركيز اهتمامه على النواحي الستراتيجية مثل كيفية تحسين أداء البنك ودراسة إقامة التحالفات الجديدة وفرص الدمج داخل وخارج البحرين.

صحيح أننا أكبر بنك في البحرين حالياً، لكن هذا ليس كافياً بل علينا التفكير في المرحلة المقبلة وكيفية التوسع والنمو وفق رؤية ستراتيجية محددة. علينا دراسة كيفية التوسع في الخدمات وفي الزبائن.

■ **كيف تمّ توزيع المهام والصلاحيات بين الرئيس التنفيذي والمدير العام بعد الفصل بين المنصبين؟**

□كل الشركات التابعة هي من مسؤولية الرئيس التنفيذي، إضافةً إلى النواحي الستراتيجية. أما المدير العام فهو مسؤول عن الإدارة التنفيذية والنواحي التشغيلية.

لماذا فصل المنصبين؟

■**ما هي الدوافع وراء هذا التغيير؟**

□ إضافةً إلى تعميق الإدارة وإتاحة الوقت لتفرغ الرئيس التنفيذي للاهتمام بالشؤون الستراتيجية والشركات التابعة، كان علينا مواكبة المتطلبات الجديدة للجنة بازل وتوصيات مؤسسة نقد البحرين بخصوص الائتمان والمخاطر. هذا التغيير زاد من أهمية إدارة المخاطر التي تحوّلت من قسم إلى إدارة قائمة بحد ذاتها تابعة مباشرة للمدير العام. وتوصي "بازل" أن يكون مجلس الإدارة اكثر معرفة بمخاطر الائتمان وتأثيرها على البنك وأدائه وذلك عبر تسلمه تقارير دورية. هذه التغييرات أحدثت تحولاً مهماً في ثقافة الائتمان. سبب أساسي آخر وراء التغيير في الهيكل الإداري للبنك هو استحداث قنوات جديدة لتوصيل الخدمات مثل الإنترنت ومراكز الاتصال (Call Centers) والهاتف. وأهمية هذه القنوات تزداد بشكل واضح

وسيكون لها دور أكبر في المستقبل، لذا أوجدنا لها إدارة منفصلة لنوليها اهتماماً اكبر ونرسمل على ما استثمرناه من أموال خلال الأعوام الماضية في الأنظمة المعلوماتية والأجهزة الحديثة وفي التدريب. ونتوقع أن يُحدث الاعتماد المتزايد لأقنية التوصيل الإلكترونية للخدمات وخصوصاً الإنترنت تحولاً مهماً خلال السنوات المقبلة في بنية التكلفة ومستوى الخدمات ودرجة رضا الزبائن ودور الموظفين خصوصاً في الفروع.

افتتحنا مؤخراً أول فرع إلكتروني متكامل في أحد المجمعات التجارية، يستطيع الزبون من خلاله الحصول على الخدمات عبر الهاتف أو الكمبيوتر الشخصي أو جهاز الصرف الآلي، ونخطط لفتح المزيد من هذه الفروع التي تُشغَّل من دون موظفين.

الوسائل الإلكترونية تمكّننا من خدمة الزبائن أينما كانوا وفي أي وقت يريدون.

هدفنا هو الوصول إلى الاستخدام الأمثل للتقنية الحديثة لتوفير الخدمات إلى الزبون في المكان والوقت الذي يريده. ففي الشارع، يمكنه الحصول على الخدمة عبر الهاتف الجوال، وفي المنزل أو المكتب، يمكنه الوصول إلى البنك عبر الإنترنت، يمكنه أيضاً الاستفسار عن حساباته والقيام بالعمليات من أي مكان عبر مركز الاتصال. العميل لم يعد بحاجة للحضور إلى الفرع للحصول على الخدمات إذا أراد ذلك.

خدمة الـ e-Bank

■ هل لديكم ستراتيجية محدّدة للإنترنت؟

□ بدأنا العام الماضي تقديم الخدمات عبر شبكة الإنترنت وأطلقنا الـ e-Bank الذي نقدّم عبره خدمات فورية لزبائن التجزئة وكذلك للشركات التي أصبح بإمكانها إدارة سيولتها (Cash Management) وفتح خطابات الاعتماد والضمان ودفع رواتب للموظفين الذين لهم حسابات عندنا وذلك كله عبر الـ e-Bank.

■ هل يعني تبنيكم للأقنية الإلكترونية أنكم ستتوقفون عن فتح الفروع الجديدة؟ وما هو التأثير المتوقع على حجم الموظفين؟

□ توقّفنا عن فتح الفروع الجديدة منذ عامين تقريباً، لا بل أغلقنا بعض الفروع التقليدية. وقد نعمل في المستقبل على تحويل بعض الفروع التقليدية إلى فروع إلكترونية توفر كافة الخدمات. مثلاً، أقفلنا فرعنا في مجمع الشيراتون واستبدلناه بجهاز للصرف الآلي، ووضعنا أجهزة صرف آلي في أماكن عدة خارج الفروع بعد الحصول على موافقة مؤسسة نقد البحرين على ذلك.

باختصار، تقضي سياستنا بعدم فتح فروع تقليدية جديدة. التركيز سيكون بشكل أساسي على الفروع والوسائل الإلكترونية خصوصاً في المناطق ذات الكثافة السكانية. عزّزنا وضع الخدمات الإلكترونية عبر إنشاء إدارة مستقلة لها يتولاها مساعد للمدير العام مهمته الأساسية تحقيق الاستفادة القصوى من كافة وسائل التوصيل الإلكترونية وتطويرها بشكل مستمر.

نسعى إلى العمل في الخارج عبر تحالفات مع شركاتنا التابعة

تحالفات وليس فروعاً

■ ما هي سياستكم بالنسبة للفروع الخارجية؟

□ لدينا حالياً فرع في الكويت افتتحناه منذ مدة طويلة وفرعان في الهند ومكتب تمثيل في الإمارات العربية المتحدة. أي تواجد جديد في الخارج سيكون خاضعاً لمنطق الجدوى الاقتصادية، لكننا نسعى في الوقت نفسه إلى العمل في الخارج عبر تحالفات خصوصاً من خلال شركاتنا التابعة مثل شركة بطاقات الائتمان (Credit Max) التي نعتبرها ناجحة بكافة المقاييس. نعمل حالياً على توسعة نطاق عمل هذه الشركة إلى الأسواق الخليجية والعربية الأخرى عبر التحالف مع مصارف وشركات أخرى خصوصاً وانه اصبح لدينا تجربة غنية في هذا المجال يمكن للآخرين الاستفادة منها. لدينا شركة تابعة أخرى هي شركة بنك البحرين والكويت للخدمات المالية وهي شركة وساطة لديها مقعد في سوق البحرين للأوراق المالية. نشاط هذه الشركة مرتبط بوضع السوق التي مرت مؤخراً بفترة ركود، لكننا نأمل انتعاش البورصة في الفترة المقبلة خصوصاً مع استمرار هبوط أسعار الفائدة العالمية ومبادرات الإصلاح السياسي والاقتصادي التي اتخذتها الحكومة مؤخراً.

في العام الماضي، أسّسنا مصرفاً إسلامياً هو بنك الخليج الإسلامي للاستثمار بالاشتراك مع شركة المستثمر الدولي. بدأ البنك العمل بهدوء لكن نشاطاته لم تتطور كما كنا نريد لأسباب عدة أهمها أن شريكنا (المستثمر الدولي) كان يمر بتغييرات أساسية أدّت مؤخراً إلى الإعلان عن اندماجه مع مجموعة البركة.

كمساهم رئيسي في البنك، ندرس خيارات أخرى لتنشيط أعماله والتوسّع في سوق الخدمات المصرفية الإسلامية التي تعتبر البحرين اكبر مراكزها في المنطقة، لذا ندرس إمكانية العمل في سوق الخدمات المصرفية الإسلامية ليس فقط على نطاق البحرين بل الخليج أيضاً.

هدفنا الأساسي كان تقديم منتجات مالية واستثمارية إسلامية لقاعدة زبائننا وعبر شبكة فروعنا. هذا الهدف لم يتحقق حتى الآن، لكننا لا نزال نعتقد أن هناك فرصاً كثيرة في مجال العمل المصرفي الإسلامي على الرغم من التنافس الشديد.

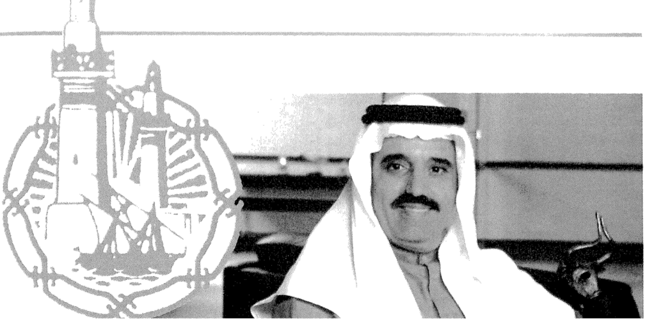
منذ عامين اشترينا حصة صغيرة في إحدى شركات التأمين المحلية وهي شركة البحرين والكويت للتأمين وبدأنا منذ العام الماضي بتسويق بعض منتجات التأمين عبر شبكة فروع البنك.

ومن السياسات المهمة التي اتبعناها هي تطوير علامات تجارية لمنتجاتنا وخدماتنا (Branding) مثلاً سمينا خدمات الإنترنت e-Bank وخدمات الهاتف E-Call وخدمات التأمين Secura وخدمات الاستثمار Televest.

تحسين الأداء

■ النظر إلى نتائج البنك ومقارنتها بأداء المصارف الأخرى في الخليج يظهر الحاجة إلى تحسين الربحية. هل هناك من سياسات وإجراءات محدّدة تعملون على تنفيذها لتعزيز أداء البنك في السنوات المقبلة؟

□ شكّلنا مؤخراً لجنة لمراجعة كافة المصاريف في البنك ودراسة الخيارات الممكنة لتخفيض بنية التكاليف بشكل عام بما فيها التخلّي عن بعض النشاطات التي نقوم بها



حالياً أو تنفيذها بشكل مختلف يكون له تأثير باتجاه خفض التكاليف.

من جهة أخرى، تدرس اللجنة كيفية زيادة الدخل، وأنا أعتقد أنه بإمكاننا في الوضع الحالي تحسين الدخل من دون إحداث زيادة في التكاليف، وإذا لم نتمكّن من ذلك فعلينا محاولة تقليص نفقاتنا.

اللجنة التي شُكلت منذ ثلاثة أشهر لديها تفويض حتى آخر السنة كي تخرج باقتراحات محدّدة حول ما يجب عمله أكان من ناحية إعادة النظر في عدد الموظفين أو الإداريين أو عدد الفروع.

■ **أليس من المفروض أن يؤدّي استخدام التكنولوجيا الحديثة والوسائل الإلكترونية في العمليات وفي إيصال الخدمات للزبائن إلى زيادة كفاءة التشغيل وتقليص الكلفة؟**

□ التوسّع الذي حقّقناه في الأعوام الماضية لم يؤدِ إلى زيادة عدد الموظفين، أي أننا أصبحنا نقوم بحجم أكبر من الأعمال بنفس العدد من الموظفين، وهذه إحدى النتائج المباشرة لاعتماد التكنولوجيا الحديثة. بالطبع يمكننا جني فائدة أكبر من التوظيفات التي قمنا بها في أنظمة المكننة والوسائل الإلكترونية. مثلاً، نرسل شهرياً كشف حساب لكل الزبائن، لكن بإمكاننا وضع هذه الكشوفات على الإنترنت والاكتفاء بإرسال كشف كل ستة أشهر، كذلك يمكن للزبون الحصول على كشف حساب عبر الهاتف أو مركز الاتصال (Call Center) وهذا ما يفيد الزبون ويساعدنا على تخفيض الكلفة في الوقت نفسه. هذا مثل بسيط على ما يمكن فعله لتحقيق استخدام أمثل للأقنية الجديدة لتقليص كلفة العمليات.

أفكار ... لزيادة الدخل

■ **هذا من ناحية الكلفة، لكن ماذا عن زيادة الدخل؟**

□ البنك يلعب دوراً بارزاً في السوق البحرينية حيث لدينا حصة أساسية. وبالتالي نحن نستفيد من تحسّن النمو الاقتصادي والفرص التي يولّدها أكانت من ناحية تمويل المشاريع الجديدة التي تنفّذها الحكومة أو القطاع الخاص، أم من ناحية الخدمات المصرفية الأخرى.

في العامين الأخيرين، بقيت محفظة القروض على حالها تقريباً نتيجة قرار مسبق اتخذناه لضبط المخاطر بطريقة أفضل. تضرّرنا من بعض القروض التي منحناها في فترات سابقة، ما اضطرنا لزيادة المخصصات. وأعتقد أننا لو تمكّنا فقط من تقليص المخصصات، فإن دخلنا سيتحسّن بشكل ملحوظ.

ذهبنا إلى شرق آسيا وتعرضنا لبعض الخسائر وأقرضنا في المنطقة أيضاً ولحقت بنا خسائر وكذلك حصل في بعض قروضنا في السوق المحلية، وهذا ما اضطرنا إلى زيادة المخصصات التي أثّرت على أرباحنا. أصبحنا أكثر حذراً وتشدّداً في الإقراض.

نسعى لزيادة دخلنا من الرسوم والعمولات التي نتقاضاها على خدمات التجزئة وخدمات بطاقات الائتمان عبر شركة (Credit Max) وخدمات الاستثمار.

فكّرنا في الفترة الأخيرة بتأسيس شركة تابعة لإدارة الأموال وخدمات الاستثمار مع إحدى الشركات الأميركية العريقة على أساس أن تتولى الشركة الجديدة مهمة إدارة استثمارات البنك وتقديم هذه الخدمة إلى زبائننا وزبائن جدد في البحرين والمنطقة.

لم نحصل بعد على الشريك المناسب الذي نريده أن يشارك في رأس مال الشركة وليس فقط أن يبيعنا الخدمة مقابل عمولة. نأمل أن تنطلق هذه الشركة قبل نهاية السنة. نريد التركيز على تنمية دخلنا من الرسوم والعمولات اللذين لا تحتاج زيادتهما إلى أخذ مخاطر إضافية.

نحو القروض الاسكانية

■ **الواضح أن المنافسة قوية في سوق خدمات التجزئة خصوصاً في مجال القروض الاستهلاكية، أين ترون فرص النمو في هذا المجال؟**

□ هناك مجال لاستحداث خدمات جديدة. مثلاً لم ندخل بعد حقل تقديم قروض الإسكان الذي نرى أنه قد يوفر فرصاً للتوسّع، خصوصاً مع تشجيع الحكومة للقطاع الخاص إلى القيام بدور أكبر مكمّل لدور الدولة في مساعدة المواطنين لتملّك المساكن.

أوافق أن السوق المصرفية في البحرين دخلت مرحلة النضوج، وأي توسّع سريع لا بدّ وأن ينطوي على مخاطر أكبر من السابق.

■ **توفير قروض لتمويل الإسكان يتطلّب الحصول على موارد طويلة الأجل، فهل هذا ضمن خططكم؟**

□ في الفترة الماضية ذهبنا الى السوق الدولية للحصول على موارد طويلة الأجل تراوحت استحقاقاتها بين 3 و5 سنوات. اقترضنا العام الماضي 125 مليون دولار، ونحن الآن على وشك اقتراض 100 مليون دولار لمدة تراوح بين 3 إلى 5 سنوات بهدف تحسين درجة التطابق في الآجال بين الموجودات والمطلوبات.

بطبيعة الحال لا بدّ من الحصول على

موارد أطول لمنح القروض الإسكانية التي تتراوح آجالها عادة بين 15 و20 سنة. من الصعب تقديم مثل هذه القروض بسعر فائدة ثابت لهذا الأجل من الزمن وتمويلها من موارد قصيرة الأجل وتحمل ليس فقط مخاطر تقلبات أسعار الفائدة، بل أيضاً مخاطر ائتمانية.

■ هل فكرتم مثلاً في تحويل بعض القروض في محفظتكم إلى سندات وطرحها في السوق (Securitization)؟ هل ترون فائدة من ذلك؟

□ لدينا محفظة جيدة في شركة Credit Max لبطاقات الائتمان يمكننا تحويلها إلى سندات، فهي محفظة كبيرة ونوعية القروض فيها جيدة، كذلك يمكن القيام بالشيء نفسه في محفظة القروض الاستهلاكية إذا احتجنا إلى ذلك، لكن في نهاية الأمر إذا زدنا مصادر التمويل يجب أن يكون هناك مجالات جديدة وكافية لاستخدام هذه الأموال. وهذه المجالات ليست واسعة في الوقت الحاضر.

شركة Credit Max

■ هل بدأتم تسويق خدمات شركة Credit Max خارج البحرين؟

□ نجري دراسة على إمكانية العمل في السوق المصرية، كذلك ندرس السوقين السورية والهندية للغرض نفسه.

ندرس أيضاً إمكانية الحصول على امتيازات بطاقات أخرى غير "الفيزا" و"ماستر كارد". يمكننا مثلاً زيادة حجم أعمالنا في السوق الكويتية عبر شركة Crédit Max. الشركة لا تزال جديدة نسبياً (تأسست منذ عام ونصف العام) ونرى أمامها مجالات رحبة للتوسع داخل وخارج البحرين، ونتوقع أن توفر لنا مجالاً أكبر للعمل في هذه الأسواق كما لو حاولنا الدخول كبنك.

■ هل تتوقعون تحسّن أرباح البنك هذه السنة؟

□ نتائج النصف الأول من السنة الحالية تبشّر بالخير. ونتوقع أن يرتفع العائد على كل من حقوق المساهمين والموجودات بشكل ملحوظ. نتوقع نتائج جيدة للنصف الثاني من السنة الحالية.

■ ما الآثار المتوقعة للانخفاض المتواصل في أسعار فائدة الدولار على أدائكم هذا العام؟

□ العام المضي، حاولنا تأخير تمرير

نحو الدخول في نشاط القروض الإسكانية

الزيادة في كلفة الاقتراض الى الزبائن على الرغم من ارتفاع أسعار الفائدة على الودائع. انتظرنا شهرين أو ثلاثة قبل أن نرفع أسعارنا لإعطاء السوق فرصة للتأقلم. هناك بالطبع علاقة مباشرة بين أسعار الفائدة على الدولار وتلك على الدينار البحريني، لكن اقتصادنا لا يمكن تشبيهه بالاقتصاد الأميركي.

حاولنا العام الماضي التمهّل قدر المستطاع في تحويل الزيادة في الأسعار إلى الزبائن، لكننا نتصرّف بطريقة مختلفة هذا العام، فنحن نخفّض السعر المحلي فور انخفاضه في السوق العالمية، وهذا ما نتمنى أن يساعد على إنعاش السوق المحلية. أسعار الاقراض انخفضت من 9,15 إلى 7 في المئة خلال العام الحالي.

■ يلاحظ بشكل عام تغيير في بنية الموجودات خصوصاً لصالح زيادة إيداعاتكم في المصارف الأخرى؟ فما هو السبب؟

□ الجزء الأساسي من الزيادة في إيداعات "الانتربنك" يخص فرعنا في الكويت، فهذا الفرع ناشط في سوق "الانتربنك" وعمليات تبادل العملات ويستقطب عادةً ودائع قصيرة الأجل يلجأ إلى توظيفها في سوق "الانتربنك" وهذا ما ينعكس في طبيعة الحال على ميزانيتنا. سبب آخر كان قرارنا بعدم زيادة محفظة القروض لأن نسبة القروض إلى الودائع لدينا كانت مرتفعة (بحدود 75 في المئة)، لكننا نتوقع انخفاض هذه النسبة إلى 60 في المئة هذا العام نتيجة نمو الودائع وضبط الإقراض.

هناك سبب ثالث وهو أن العائد على ودائع "الانتربنك" كان أفضل نسبياً من العائد على السندات الحكومية وأذونات الخزينة في كل من البحرين والكويت.

احتفظنا العام الماضي بنسبة سيولة أعلى من المعتاد لأن السوق المالية العالمية كانت تمر بفترة غير مستقرة وفضلنا عدم ربط سيولتنا بالسندات.

■ يلاحظ أيضاً أنكم احتفظتم العام الماضي بمحفظة كبيرة من الأوراق المالية لغرض المتاجرة، لكنكم لم تحققوا بنتيجتها دخلاً يذكر، فما السبب؟

□ تتكون هذه المحفظة في معظمها من السندات التي ننوي الاحتفاظ بها إلى استحقاقها ونتوقع أن يكون الدخل منها أفضل بكثير من العام الماضي. العام الماضي تآكل دخل الفائدة من هذه السندات نتيجة ارتفاع أسعار الفائدة. في بداية 1999 حصلنا على هامش فائدة يراوح بين 1 و1,15 في المئة، وتضاءل هذا الهامش إلى 0,15 في المئة العام الماضي نتيجة ارتفاع الفائدة، ما أدّى إلى تآكل الدخل على هذه السندات التي أصبحت كلفة تمويلها أعلى من الايرادات التي كانت تدرها علينا. في السنة الحالية، عاود الهامش على هذه السندات الارتفاع ليصل إلى حدود 1 في المئة. وفي ظل سياسة ضبط الإقراض وغياب فرص التوظيف الأخرى والحاجة إلى تنويع الأصول، ستبقى لدينا استثمارات مهمة في السندات.

اندماج عبر الحدود

■ هل درستم إمكانية الاندماج مع مصرف محلي أو عربي آخر؟

□ لم ندرس فكرة الدمج مع مصارف تجارية محلية لأننا لا نرى أي قيمة مضافة من ذلك. فحصتنا الحالية من السوق كبيرة، وأي اندماج مع مصرف محلي آخر لن يضيف الكثير. نرى أنه قد يكون من الأفضل البحث عن فرص للاندماج مع مصارف خليجية أخرى لأن هذا النوع من الدمج يؤدّي إلى قيام كيان مصرفي قادر على خدمة سوق أوسع وقاعدة زبائن أكبر. كما أن تشكيل كيان أكبر يسمح لنا الإفادة من اقتصاديات الحجم وتوفير الكثير من المصاريف من دون الاضطرار إلى صرف أعداد كبيرة من الموظفين وهو أمر لا تتحمّله السوق المحلية.

في العام 2000، قمنا بثلاث محاولات للاندماج مع مصارف أخرى، جرّبنا مع مصرف أوف شور عربي في البحرين لأننا رأينا إمكانية جيدة للتكامل مع هذا المصرف، كذلك حاولنا مع مصرفين آخرين في الخليج، لكن لم نتوصل إلى نتائج عملية. اتضح لنا

أنه قبل الاندماج مع أي مصرف آخر، علينا تغيير نظامنا الأساسي الذي ينص حالياً على أن تكون ملكية البنك موزعة مناصفة بين المستثمرين البحرينيين والكويتيين. النصف البحريني من الأسهم مسجّل ومتداول في سوق البحرين للأوراق المالية ولا يمكن للمستثمرين المالكين للنصف الكويتي بيع وشراء هذه الأسهم. أما النصف الكويتي فمملوك من 6 مصارف و3 مؤسسات استثمار كويتية يمكنها فقط البيع والشراء في ما بينها. استفدنا من هذه التركيبة منذ تأسيس البنك في العام 1971، لكننا اليوم بحاجة إلى أن يكون رأس مال البنك مفتوحاً للجميع من دون قيود وأن تكون أسهمه متداولة في أكثر من سوق في الوقت نفسه.

في ظل التركيبة الحالية لرأس المال، لا يمكننا مثلاً التحالف مع مصارف خليجية أخرى عبر تبادل الملكية (Cross Holding) لذا نعمل على تعديل النظام الأساسي للبنك كي يصبح بإمكاننا فتح رأس مالنا لمن يريد من المستثمرين وفق القوانين المعمول بها في البحرين. حصلنا على دعم وتشجيع كل من مؤسسة نقد البحرين وبنك الكويت المركزي للقيام بمثل هذه الخطوة التي نتوقع تنفيذها قبل نهاية العام الحالي.

■ قد تبرز الحاجة إلى تمويل مشاريع كبيرة في البحرين خلال السنوات المقبلة، فهل سيكون باستطاعتكم لعب دور قيادي في ترتيب مثل هذه المشاريع وفق حجمكم الحالي؟

□ نتعاون مع مصارف محلية ودولية أخرى في قيادة ترتيب القروض الكبيرة. بإمكاننا أن نكون متعهّداً رئيسياً لقرض بحدود 200 أو 300 مليون دولار والمشاركة مع مصارف أخرى.

يمكننا أيضاً، بالتعاون مع مصارف الأوف شور العربية الكبيرة، ترتيب عمليات تمويل كبيرة. لكن أعتقد أنه من المفيد لا بل المطلوب مشاركة المصارف الدولية لترتيب مثل هذه القروض كون ذلك يساعد على استقطاب رؤوس أموال أجنبية جديدة إلى المنطقة.

■ هل لديكم تصور لتركيبة الدخل التي تعتقدون أنها الأفضل لتحقيق نمو ثابت للبنك في المستقبل؟

□ تتوزّع أعمالنا على 4 قطاعات رئيسية وهي: (1) الخزينة والاستثمار، (2) الشركات، (3) الأفراد و(4) القطاع الدولي. وتتفاوت مساهمة كل قطاع في دخل البنك



سيتمّ فتح رأس المال قبل نهاية العام لنتمكّن من البحث في مشاريع الدمج

بين عام وآخر. العام الماضي، كانت مساهمة قطاع الشركات الأكبر، وتلاه القطاع الدولي الذي يتولى المعاملات والفروع الخارجية، في حين لم تكن مساهمة قطاع الخزينة والاستثمار جيدة بسبب تقلبات أسعار الفائدة، لكن نتوقع تحسّناً ملحوظاً في دخل القطاع هذا العام، ونتوقع أيضاً تحسناً في دخل قطاع الأفراد ومحافظة القطاع الدولي على مساهمته الحالية في الدخل. ونرى مساهمة أكبر لشركة Credit Max في السنوات المقبلة.

الألمنيوم والخدمات

■ ما توقعاتكم للاقتصاد البحريني مع التوجهات الإصلاحية للحكومة؟

□ أولاً يجب أن نعزز دور قطاع الخدمات في الاقتصاد، كذلك يجب العمل على إنشاء صناعات تحويلية تستخدم مادة الألمنيوم الخام التي تنتجها شركة ألمنيوم البحرين (البا) التي تعدّ إحدى أكبر شركات إنتاج الألمنيوم في العالم. ويمكّننا هذا من خلق قيمة مضافة وفرص عمل جديدة للمواطنين ويقلّل من حاجتنا إلى تصدير المادة الخام من الألمنيوم والخضوع إلى تقلبات أسعارها في الأسواق. لدينا حالياً بعض الصناعات التحويلية مثل مصنع قواطع الألمنيوم (بلكسكو) ومصنع كايبل الألمنيوم ومصنع عجلات الألمنيوم. يجب التفكير بإنشاء المزيد من الصناعات التحويلية التي تعتمد على الألمنيوم كمادة أولية. برأيي، هذا أمر حيوي خصوصاً وأن "البا" مقبلة على توسعة جديدة لرفع الإنتاج من 500 إلى 750 ألف طن سنوياً.

يجب زيادة دورنا في الخدمات، فالبحرين مثلاً تعتبر مركزاً مهماً للمصارف والمؤسسات المالية الإسلامية. كذلك أرى حاجة لتعزيز قطاع التأمين، ما يفرض على الشركات العاملة في هذا القطاع زيادة رؤوس أموالها لتتمكّن من أخذ مخاطر أكبر داخل وخارج البحرين ومنافسة الشركات الدولية بفعالية أكبر.

لم نرَ تطوراً كبيراً في أسواق رأس المال على غرار ما حصل في القطاع المصرفي. لدينا سوق أوراق مالية تعتبر الأحدث في المنطقة من حيث أنظمتها وتجهيزاتها، لكن لا بدّ من إنشاء شركات مساهمة جديدة وبيع الدولة لحصصها في الشركات المساهمة.

الحكومة باعت حصصها في هذه الشركات إلى شركة واحدة، لكن المطلوب نشر هذه الأسهم على نطاق أوسع. كذلك لا يزال هناك تردّد من قبل المؤسسات العائلية لفتح رؤوس أموالها لمستثمرين جدد، علماً أن هذه المؤسسات قد تكون بحاجة للحصول على موارد رأسمالية جديدة لمواكبة المتغيرات الاقتصادية والتكنولوجية والانفتاح الحاصل في أسواق المنطقة.

يجب على تجارنا الانتباه إلى تطورين مهمين: **الأول** وهو توسّع دور التجارة الإلكترونية التي يمكن أن تؤثّر في المستقبل تأثيراً كبيراً على دور الوكالات، ما يفرض على التاجر المحلي التهيؤ وتعزيز حجمه عبر الاندماج مع كيانات أخرى أو زيادة رأس ماله. التطور **الثاني** وهو توحيد التعرفة الجمركية بين بلدان مجلس التعاون الخليجي المتوقع أن يصبح نافذاً العام 2005، ما يعني أنه سيصبح على التاجر البحريني منافسة تجار أكبر من بلدان الخليج الأخرى. سوقنا صغيرة ولا ميزة حجم لدينا إلا إذا سعى التجار إلى زيادة حجم أعمالهم والحصول على موارد رأسمالية جديدةعبر التحوّل إلى شركات مساهمة أو الاندماج مع شركات أخرى من الخارج. ■

من تشيس مانهاتن إلى بنك القاهرة الشرق الأقصى

عبد اللطيف: هوية جديدة للبنك



هل تصلح ستراتيجيات العمل المعتمدة في بنوك ومؤسسات مالية عالمية على وزن "سيتي بنك"، "تشيس مانهاتن بنك" للتطبيق على بنك مصري صغير الحجم؟ وهل يمكن لمثل هذه الستراتيجيات أن تصيغ أهداف الإدارة وتؤثر على مسار هذا البنك؟ هذا ما يحاول أن يفعله محمود عبد اللطيف المصرفي المصري البارز دولياً والذي تمّ استدعاؤه من موقعه السابق ممثلاً إقليمياً لـ"تشيس مانهاتن بنك" في منطقة الشرق الأوسط – عمل قبلها لمدة 25 عاماً مع سيتي بنك في البحرين واليونان ومصر والولايات المتحدة الأميركية – لتسلّم مهام منصبه الجديد رئيساً لمجلس إدارة بنك القاهرة الشرق الأقصى اعتباراً من منتصف تموز/ يوليو الماضي.

القاهرة – محمود عبد العظيم

منذ لحظة تسلّمه رئاسة البنك، يسعى **محمود عبد اللطيف** لتطبيق أفكاره الهادفة لخلق هوية جديدة للبنك على الساحة المصرفية في مصر وهي الهوية التي تتحدّد حسب تعبيره بدور جديد ومهمة جديدة وشريحة خاصة من العملاء.

المكاشفة وإعادة البناء

ولأن بنك القاهرة الشرق الأقصى ظل يتعرّض لخسائر متتالية على مدى 18 عاماً نتيجة محفظة قروض رديئة وتركيز ائتماني على عدد محدود من العملاء الذين يتعرّضون لمصاعب مالية تركت آثارها بالطبع على البنك، فإن الستراتيجية الجديدة تعتمد على مبدأي المكاشفة والمصارحة وإعادة البناء.

فالمكاشفة تعتمد حسبما قال **عبد اللطيف** في حوار خصّ به "الاقتصاد والأعمال" على عدم إخفاء الحقائق أو المعلومات عن كافة العاملين في البنك بغضّ النظر عن الترتيب الوظيفي. فعندما نواجه مشكلة نستدعي جميع الأطراف المعنية بالمشكلة داخل البنك من أصغر موظف إلى أعلى سلطة في هذه الدائرة المعنية ونطرح المشكلة ونترك للجميع حرية إبداء الرأي من دون تدخّل من السلطة الأعلى، وبالتالي تتكامل الأفكار والرؤى لنخرج بحلول واقعية منطقية وذلك لأن إخضاع الأشياء للمنطق يوفر نصف الطريق إلى الحل.

أما العنصر الثاني في الستراتيجية الجديدة فهو إعادة بناء اللوائح والنظم الداخلية للبنك وتوضيح آليات العمل "السيستم" وإخضاعه للمنطق والشفافية والتركيز على المهارات الشخصية وإيلاء قضية التدريب أهمية كبرى.

الخصخصة قادمة

■ ولكن هناك قرار سياسي من الحكومة ببيع مساهمات المال العام في البنوك وشركات التأمين المشتركة وهذا يسري بالطبع على حصة الجانب المصري من رأس مال القاهرة الشرق الأقصى... أي أن البنك ينتظر دوره على رصيف قطار الخصخصة.. فهل من ضمن مهام الإدارة الجديدة إعداد البنك للخصخصة، وما تأثير ذلك على ستراتيجية العمل؟

□ من المعروف أن حصة الجانب الكوري في رأس مال البنك – المدفوع 26,5 مليون دولار والمرخّص به 40 مليون دولار – تبلغ 49 في المئة موزعة على بنوك عدة أبرزها كوريا اكستشانج بنك، كوميرشال بنك، بنك أوف سيول، وكوريا فيرست بنك وهانيل بنك. أما الحصة المصرية فتبلغ 51 في المئة موزعة على شركة الشرق للتأمين وبنك القاهرة وشركة التجاريين للاستثمارات العقارية. والبنك بالطبع مدرج ضمن خطة خصخصة البنوك المشتركة وتتولى برايس ووتر هاوس مهمة التقييم حالياً.

أما لجهة تأثير ذلك على ستراتيجية العمل في البنك فكلمة خصخصة وإدارة جديدة تثيران نوعاً من المخاوف لدى الموظفين ونحن إدارة جديدة ولكن لا نستطيع أن نفعل شيئاً من دون التفاعل مع القاعدة، وبالتالي لا بدّ أن تكون هذه القاعدة مستعدة للتغيير ونقل خبرة البنوك الأجنبية لها وتصدير الشعور بالرغبة في التفوق والطموح والتميّز بهدف قبول التغيير، لأن التغيير له آثار شخصية على الموظفين بقدر ما له من آثار على البنك. ومصلحتي كإدارة جديدة الاستفادة من إمكانات البنك وفي مقدمتها العنصر البشري. هذا العنصر البشري نوليه اهتماماً كبيراً لتنمية المهارات الفردية عبر آليات عديدة في مقدمتها الاجتماعات المستمرة والتدريب المكثّف وتعليم موظفي الائتمان الأسس الصحيحة لتحليل موقف العملاء.

ملامح الستراتيجية

■ ما هي أبرز ملامح الستراتيجية الجديدة التي تسعى لتطبيقها وأهداف هذه الستراتيجية؟

□ القاهرة الشرق الأقصى بنك صغير وظروفه مختلفة ولا بدّ أن تحدث بعض التغييرات ونحاول أن يكون للبنك نوع من الـ Niche Market وهوية جديدة وشكل مختلف في السوق، بمعنى آخر نسعى لخلق دور فعّال في السوق يتناسب مع حجم البنك، أي نقدم خدمات لفئات محددة سلفاً ومستهدفة بحيث تتناسب هذه الخدمات مع حجم البنك أيضاً.

فنحن نمتلك عدداً محدوداً من الفروع (4 فروع وهناك فرعان جديدان تحت التأسيس) وهذا لا يساعدني على الانتشار الجغرافي الواسع ومن ثم سيكون هدفنا التركيز على المؤسسات الصغيرة، وليس كل المؤسسات الصغيرة لأنني لا أستطيع أن أتواجد في الأحياء الشعبية والقرى ولا أريد ذلك، بل سيكون التركيز على مؤسسات النخبة في المشروعات الصغيرة مثل مشروعات الإنترنت ومشروعات المهنيين... أطباء ومهندسون ومتعاملون في مجال تكنولوجيا المعلومات والذين تتراوح أحجام مشروعاتهم بين نصف مليون ومليوني

جنيه. هؤلاء هم عملائي المستهدفين. أيضاً تدخل أهداف ومشروعات التجزئة المصرفية وإصدار بطاقات الدفع لأجل ضمن ستراتيجيتنا الجديدة، باختصار شديد سنحول البنك ليصبح "بوتيك" مصرفي وليس "سوبر ماركت" مصرفي. بمعنى أن يجد العميل لديّ خدمة متميزة ويحصل عليها بسهولة ويسر وأن أصل إلى هذا العميل في أي وقت يحتاجني فيه وأن يشعر بالخصوصية لدى تعامله معي.

يضاف إلى ذلك بالطبع خدمة العملاء الكوريين في مصر وهم كثر من شركات ووكلاء وموزعين لسلع كورية ورجال أعمال مصريين يتعاملون مع السوق الكورية استيراداً وتصديراً.

مستقبل الدمج المصرفي

■ **هناك رؤية مطروحة حول دمج البنوك المصرية وخطة حكومية تسير في هذا الاتجاه. في الوقت نفسه ظهرت أصوات عديدة تعارض فكرة الدمج.. كيف تنظرون لقضية الدمج المصرفي؟**

□ أنا من مؤيّدي دمج البنوك لأن عدد البنوك في مصر أكبر من حجم السوق وهذا يخلق العديد من المشاكل لأن العملاء يستفيدون من العدد الكبير للبنوك استفادة خاطئة حيث يستدين العميل من أكثر من بنك في وقت واحد، بل حدث في فترة من الفترات أن قام بعض العملاء بمساومة البنوك للحصول على قروض رخيصة بسعر فائدة متدنٍ استناداً إلى وجود عدد كبير من البنوك الراغبة في توظيف ودائعها ولـلأسف المخاطر المركزية لا توضح الصورة على حقيقتها بالنسبة لهؤلاء العملاء.

لذلك كله فإن العدد المحدود من البنوك يساعد على تنظيم التعامل في السوق، كما أن بنوك القطاع العام المصرية بحاجة إلى خطة تحديث عامة وإعادة تنظيم الإدارات ونظم العمل. وبالتالي فإن النفقات المطلوبة للتحديث هائلة ومن ثم سيكون الدمج حلاً مثالياً يضمن التحديث بتكلفة منخفضة.

والدمج يضمن أيضاً تحسّن الأداء الاقتصادي ويؤدي إلى قدرة تشغيلية متميزة، أما المعارضون للدمج فلا يملكون أسباباً وجيهة لهذه المعارضة، فالأمر لا يعدو كونه بعض المصالح الشخصية التي قد تتضرر نتيجة الدمج والذين يتلاعبون بقضية العمالة ويدّعون أن العمالة ستتضرر من الدمج مخطئون حيث لا ينجم عن الدمج مشاكل تتقلص بالموظفين. فالدمج يعقبه تطوير والتطوير يحتاج لبشر. والدمج يعني الحاجة لأرباح كبيرة وهذا يعني الحاجة لعمل مكثّف وبالتالي يحتاج أيضاً لبشر. القضية إذاً هي في إعادة توظيف الكفاءات واكتشاف المهارات وتوظيفها في إطار منظومة متكاملة من العمل الخلاّق والمناخ الإيجابي. ■

مدير عام بنك قطر الوطني

المسند: توسّع في الخارج عبر الفروع

يقف بنك قطر الوطني، عميد البنوك القطرية، على أهبة الانطلاق لمواجهة تحديات جديدة ولترك بصمة على الصناعة المصرفية محلياً وعربياً ودولياً، وهو يسعى خلال السنوات المقبلة ليصبح واحداً من أفضل البنوك الخليجية.

هذا الهدف لا يجده الرئيس التنفيذي والمدير العام سعيد بن عبد الله المسند بعيد المنال، في ظل المقومات المادية والتكنولوجية والبشرية للبنك، والدعم المباشر من مجلس الإدارة للمدير العام وفريق عمله.

هذه الخطط بما فيها الهيكلية الجديدة للبنك وتطلعاته المستقبلية كانت موضوع حوار مع الرئيس التنفيذي المدير العام أجرته "الاقتصاد والأعمال" في مكتبه المطلّ على كورنيش الدوحة.

■ **شهد بنك قطر الوطني تحولاً ملحوظاً منذ توليكم منصب الرئيس التنفيذي شمل نواح فنية وإدارية وستراتيجية أيضاً إذا صحّ القول، فما هو الحاصل؟**

□ هناك أفكار عدة بدأنا بالفعل العمل عليها وأخرى تتمّ بلورتها لتدخل حيّز التنفيذ قريباً جداً، كما أن مجلس إدارة البنك في آخر اجتماع له وافق على المقترحات التي تقدمت بها الإدارة، لوضع هيكل تنظيمي جديد للبنك بعد قرابة ست سنوات من العمل بالنظام السابق، ورؤيتنا تقوم على الأخذ في الاعتبار احتياجات البنك الحالية على مدى السنوات الخمس أو العشر المقبلة.

وقد سعيت مع فريق عمل البنك على أن يعبّر النظام الجديد بهيكليته المبتكرة والحديثة عن التوجهات المستقبلية في ما يتعلّق بنمو البنك وتطوره في مواجهة التحديات التي يواجهها القطاع المصرفي والصناعة البنكية، كما روعي فيه أيضاً الديناميكية، لأنه من الضروري لأي نظام ناجح ومستقبلي التمتّع بشيء من المرونة والعملية، حتى يمكن في المستقبل تعديله بما يتناسب مع المستجدات والأوضاع المتغيرة في إطار الستراتيجية التي ينتهجها البنك.

■ **ما هو الشكل المقترح لهذا الهيكل الذي أشرتم إليه؟**

□ هو هيكل تنظيمي سيرى النور قريباً، وقد تمّ التركيز على فصل اختصاصين أساسيين في البنك، بحيث أصبح هناك دوائر متخصصة بالأعمال وبجلب فرص الاستثمار والإقراض، ودوائر أخرى يمكن أن نطلق عليها مصطلح الدوائر المساندة للدوائر الأولى، ومن جهة أخرى الفصل بين الدوائر المختلفة بالشكل الذي يعكس توجّه البنك ورؤيته والنواحي أو الاختصاصات والأعمال التي يجب التركيز عليها وتقويتها وتفعيلها.

■ **ما هي الخطوط العريضة لهذا التوجّه؟**

■ سعينا لأن يكون لدينا إدارة مرنة وليست صلبة، وهي ستعمل خلال الخمس أو العشر سنوات على هذا

التوجّه الذي لا يمكن أسره في خطوط عريضة ثابتة لأنها قد تتعارض مستقبلاً مع مستجدات وتطورات قد نجد خلالها أنه من الضروري تقوية خط على حساب آخر، إنما يمكن القول بأننا في بنك قطر الوطني لن نقبل بأن نكون أقل من أفضل بنك على مستوى الخليج وذلك كخطوة أولى نضعها نصب أعيننا خلال السنوات العشر المقبلة.

■ **هل تعتقد بأنه هدف بعيد لتضع هذه الفترة الزمنية، علماً بأن البنك له مكانته الإقليمية والعربية ولديه الكثير من الجوائز وشهادات التقدير العالمية؟**

□ أن يكون بنك قطر الوطني من أفضل البنوك الخليجية ليس سوى هدف من سلسلة أهداف نسعى إليها، ونحن نعتقد بأن بلوغ هذا المستوى أو هذه المرتبة ليس بالشيء الصعب أو البعيد وإن كنا نولي لعامل الوقت أهمية خاصة ولكنها غير ملزمة. بمعنى آخر لن يكون عامل الوقت حاجزاً يثنينا عن السعي بعزم وبجهد لبلوغ ما نطمح إليه، وثقتنا بقدراتنا وإمكاناتنا لها ما يبرّرها، لا سيما وأنني شخصياً من الذين تجاوزت فترة عملهم في هذا البنك الـ 18 عاماً، وأعرفه جيداً وكذلك قدراته وأهليته، ويدعمني بذلك فريق العمل الذي يشاطرني المعرفة والثقة بقدرات البنك وطاقاته، علماً بأن المقومات التي يحتاجها أي بنك لإدارة أعماله بالطريقة الصحيحة لبلوغ الأهداف المنشودة متوفرة، كما أن الأمور الأخرى التي قد يحتاجها مستقبلاً يمكن توفيرها بسهولة ونحن نسعى إلى ذلك، فبنك قطر لديه التكنولوجيا المصرفية الحديثة ورأس المال القوي والموارد البشرية.

■ **يمكن قراءة الآثار المتوقعة لهذا التوجّه الجديد من خلال النتائج المالية، كيف تصف النتائج التي تحققت في النصف الأول من العام الجاري، وما هي توقعاتكم بالنسبة لنهاية العام؟**

□ لقد واصل البنك محافظته على معدلات النمو بشكل مقبول، فالأرباح شهدت زيادة بمعدل 7 في المئة تقريباً مقارنة بالفترة نفسها من العام الماضي، ولم يتمّ توسعة الميزانية بشكل واضح بل بقيت تقريباً مشابهة لما كانت عليه، مع ارتفاع ملحوظ بالعائد على حقوق المساهمين، حيث كانت جميع المؤشرات إيجابية. وتوقعاتنا جد متفائلة بالنسبة للنتائج التي يمكن تحقيقها حتى نهاية العام الجاري.

■ **ألا تعتقد بأن توفّر السيولة بالشكل الذي هي عليه اليوم من شأنه أن يعد ببعض المفاجآت بالنسبة لنتائج البنوك؟**

□ لا شك أن السيولة سلاح ذو حدين إذا صحّ القول، فهي إذا انخفضت في الوقت الذي تتزايد فيه فرص الإقراض تكون البنوك قد فقدت عائداً لا يستهان به خصوصاً على مستوى السوق المحلية فهذا جانب، أما الجانب الثاني فهو المتعلّق بمعدلات السيولة المرتفعة والتي يجب إدارتها بطريقة صحيحة، بحيث يتمكن البنك من توظيفها في دورة مصرفية متكاملة لتخدم أعماله ولا تتحول إلى عبء يرهقه ويحدّ من فرص تحقيقه أرباحاً جيدة.

واليوم نحن في قطر لدينا السيولة الكافية إلى درجة نعتبرها بمثابة تحدٍّ لـ بنك قطر الوطني وإلى باقي البنوك التي لم تعتد على هذا المستوى في السيولة التي نجمت عن التمويلات السابقة التي كانت تقوم بها الدولة في السنوات الماضية لتمويل مشاريع حيوية في مجالات الغاز والبتروكيميائيات والبنية التحتية وغيرها، إلى جانب الإقبال الكبير على الإقراض. إضافةً إلى ذلك، فإن التوقعات تشير إلى إمكانية تراجع وانخفاض في عمليات الإقراض الحكومية، وهذا مؤشر يدفعنا للتأكيد على أهمية أن نقوم بطرق أبواب أخرى، وبالذات أسواق رأس المال التي تقدم عوائد أفضل مقارنةً بالعمليات التي تقوم بين البنوك، بالإضافة إلى تنويع مصادر الدخل وإيجاد فرص أفضل للاستثمار.



■ **هذا التنويع كيف سيتمّ، عن طريق فروع جديدة أو خلق فرص وأقنية استثمارية غير التي درج البنك عليها في السابق أم ماذا؟**

□ وضعت الإدارة خطة كاملة للاستثمارات ولتوجهاتها المستقبلية تجاه فتح فروع أو منافذ تنفذ بها إلى الخارج وستُعرض على مجلس الإدارة قريباً، حيث سيشهد بنك قطر الوطني قفزة جديدة بدءاً من شهر أيلول/ سبتمبر، بالإضافة إلى توسّع في الخارج على شكل فروع، ويتمّ حالياً دراسة ثلاث فرص لنتبيّن الجدوى الاقتصادية من إقامتها، مع التأكيد أيضاً على أن لدينا فرعين ناشطين حالياً في لندن وفرنسا.

وفي خط موازٍ لانتشار البنك خارجياً، فإن التركيز على الداخل يستمر في السوق التقليدية وهو في نشاط الشركات وليس فقط تلك التي لها علاقة مباشرة بدولة قطر، حيث أن البنك ينظر إقليمياً إلى بعض الفرص بجدية.

■ **ميدان الاستثمار وتشغيل الأموال للغير نجده لا يثير أهمية البنك رغم أنه ميدان طرقته معظم البنوك العاملة في قطر، ما هو السبب؟ وهل هناك توجّه بهذا الشأن مستقبلاً؟**

□ لدينا مشروع شبه جاهز لذلك وسيرى النور في الربع الأخير من هذا العام، وسنطرق هذا الميدان بقوة وبأهلية وكفاءة وسيكون لدينا مبنى خاص لذلك مجهّز بأحدث تقنية هذا النوع من العمل. ولقد قمنا بالفعل بالاتصال بعدد من كبريات الشركات وبيوت الخبرة في هذا المجال لإقامة إدارة استثمار متكاملة، ستقوم بتسويق محافظ استثمارية وما إليها من أدوات. ■

الدوحة – أحمد عبد الله




أثناء إطلاق خدمة "تيسير"

الأرباح التشغيلية زادت 38.2 في المئة

البنك الأهلي: إطلاق خدمتي "تيسير" و "الجوال"

ارتفعت الأرباح التشغيلية الصافية لـ"البنك الأهلي التجاري" (قبل تجنيب مخصصات خسائر القروض والاستثمارات) بنسبة 38,3 في المئة لتبلغ 1184 مليون ريال مقارنة بـ 857 مليوناً للفترة المماثلة من العام الماضي.

قال ذلك رئيس مجلس الإدارة العضو المنتدب الشيخ **عبد الله سالم باحمدان** الذي أشار أيضاً إلى أن صافي القروض والسلف ارتفع بنسبة 9 في المئة ليصل إلى 39,8 مليار ريال في نهاية الربع الثاني مقارنة بـ 36,5 ملياراً في منتصف العام 2000.

وأوضح **باحمدان** أن الموجودات بلغت 97,7 مليار ريال مقارنة بـ 91,9 ملياراً في نهاية الربع الأول، أي بزيادة نسبتها 6,24 في المئة، موضحاً أن هذه الزيادة ناتجة من ارتفاع الودائع (4,5 مليارات ريال) وتوظيفها في القروض والسلف (زادت 1,3 مليار) والاستثمارات (3,2 مليارات).

واعتبر **باحمدان** هذه النتائج الجيدة هي نتيجة الجهود التي بذلتها إدارة البنك وهي ترجمة لستراتيجية مجلس الإدارة التي ترتكز على المبادرة في تقديم المنتجات والخدمات المصرفية لمختلف الشرائح من أفراد ومؤسسات. فقد كان للبنك السبق في تقديم خدمات إلكترونية مثل خدمة المتاجرة بالأسهم العالمية إلكترونياً وبطاقة الإنترنت الائتمانية، كما أن البنك هو الوحيد الذي يمكّن العميل من تسديد فواتير الهاتف والكهرباء عبر الإنترنت والهاتف المصرفي وأجهزة الصراف الآلي التي تمّ تركيب 41 جهازاً منها خلال النصف الأول ليصبح إجمالي عدد هذه الأجهزة 541 تغطي مختلف مناطق المملكة. ولذا نال البنك جائزة أفضل بنك في تقديم الخدمات الإلكترونية وحصل على جائزة الامتياز من منظمة ماستر كارد العالمية.

وشهد النصف الأول من العام توسعاً في تمويل المرابحات والقروض الشخصية وكذلك في تمويل قطاع الشركات الكبير مثل أرامكو وشركتي الاتصالات والكهرباء، كما أصدر البنك صندوق الأهلي للمرابحة بالريال وآخر للمرابحة بالدولار وفقاً لضوابط الشريعة الإسلامية، كما تمّت خلال الفترة إعادة إصدار 3 من صناديق رأس المال المضمون. وبلغ عدد صناديق الاستثمار 28 بمجموع أصول قدره 23,1 مليار ريال، ما أبقى البنك محتفظاً بما لا يقل عن 55 في المئة من الحصة السوقية في مجال صناديق الاستثمار.

تيسير الأهلي

وفي إطار سعي البنك لخدمة عملائه عن طريق طرح منتجات متميزة تلبّي احتياجاتهم، طرحت إدارة الخدمات المصرفية الإسلامية منتجاً إسلامياً جديداً غير مسبوق أطلق عليه "تيسير الأهلي". ويعدّ "تيسير الأهلي" أول منتج في تاريخ البنوك الإسلامية ويلبّي احتياجات شريحة عريضة من عملاء البنك الذين يرغبون في الحصول على سيولة نقدية من خلال آلية شرعية تعتمد على فقه التورّق. وصيغة "التورّق" عبارة عن شراء سلعة في حوزة البائع وملكه بثمن مؤجّل ثم يبيعها المشتري لغير البائع بثمن معجل لغرض الحصول على النقد.

وفي هذا الخصوص أكّد **عبد الرزاق المحمد الخريجي** مدير إدارة الخدمات المصرفية الإسلامية في البنك أن "تيسير الأهلي" يمثّل إبداعاً خلاقاً لفريق تطوير المنتجات وهيئة الرقابة الشرعية في البنك، كما يعدّ تجسيداً فعلياً لأهم رؤى البنك وهي "البنك المبتكر في مجال الخدمات المصرفية الإسلامية".

وأشار إلى أن طرح البنك الأهلي التجاري لهذا المنتج غير المسبوق يأتي ضمن سلسلة المنتجات المنضبطة شرعياً للوفاء بمتطلبات ورغبات شريحة عريضة من العملاء.

يذكر أن عدد فروع البنك الأهلي التجاري والتي تقدم المنتجات المصرفية الإسلامية حالياً 61 فرعاً تغطي أكثر من 32 مدينة وتخضع جميع أعمالها لرقابة هيئة الفتوى والرقابة الشرعية، وينفرد البنك الأهلي التجاري إلى حدّ ما بين البنوك من حيث أنه يقدم طائفة كاملة من صيغ التمويل المصرفي الإسلامي المتعددة والمتنوعة.

جوال الأهلي

على صعيد آخر، أطلق البنك خدمة "جوال الأهلي المصرفي" التي تتيح التمتع بالعديد من المزايا التي تتعلّق بـ:

- خدمات أرصدة الحساب والتحاويل وطلب دفتر الشيكات وكشف حساب البريد.
- حساب بطاقات الائتمان مع تبيان آخر 5 عمليات معلّقة وأخرى منتهية.
- حسابات الاستثمار.
- فواتير الخدمات العامة (الاتصالات والكهرباء).
- خدمات أخرى لجهة تسجيل حساب والتسجيل في الأهلي أون لاين. ■



سباق بين البنوك المصرية على شهادات ادخار - يانصيب

القاهرة - محمود عبد العظيم

مثل حجر أُلقي في بحيرة راكدة جاء الوعاء الادخاري الجديد الذي طرحه البنك المصري المتحد (رأس ماله 200 مليون جنيه ويصنّف ضمن البنوك الصغيرة وأطلق عليه اسم شهادة المليونير) ليثير أزمة من نوع جديد على الساحة المصرفية في مصر.

فهذا الوعاء فتح باباً للهجوم على الجهاز المصرفي بكافة وحداته من جانب التيارات الأصولية والمتشددة في المجتمع المصري خصوصاً وأنه جاء في توقيت غير ملائم.

فعلى الرغم من أن المرجعيات الدينية في مصر لا زالت بعيدة عن الاتفاق على صيغة موحّدة بشأن مشروعية فوائد وتعاملات البنوك وأن بعضاً من هذه المرجعيات لا زال يطلق مصطلح "البنوك الربوية" وأن هذه الخلافات لا زالت تلقي بآثارها على بعض الشرائح الاجتماعية التي تفضل عدم التعامل مع البنوك، إلا أن الوعاء الادخاري الجديد الذي طرحه البنك المصري المتحد، جعل بعض المرجعيات الدينية تنتقد بشدة أداء البنوك وتتّهمها بالعجز عن القيام بدورها في تعبئة المدخرات وإعادة ضخها في شرايين التنمية، واتجهت بدلاً من ذلك إلى طرح أوعية ادخارية أشبه بألعاب اليانصيب والروتاري لتدخل المجتمع في دوامة جديدة من قيم الحظ وانتظار الثروة التي تهبط من السماء من دون سابق إنذار أو مبررات.

فهذا الوعاء - باختصار - عبارة عن شهادة قيمتها 100 جنيه فقط تعطي عائداً قدره 16 في المئة بعد 5 سنوات كاملة هي عمر الشهادة. وهذه الشهادات اسمية ولا يوجد حد أقصى للاكتتاب فيها وتدخل في سحب كل ثلاثة شهور ويكون من نصيب الفائز في هذا السحب الحصول على مليون جنيه غير خاضعة لأي ضرائب أو رسوم.

ومنذ أن أعلن البنك المصري المتحد - كان سابقاً يحمل اسم بنك الدقهلية التجاري وهو أحد البنوك المتهمة في قضية نواب القروض الشهيرة - عن هذه المسابقة اندفع آلاف المصريين لشراء هذه الشهادة "المعجزة"، التي تجلب مليون جنيه لصاحبها وبتكلفة لا تزيد عن ثمن وجبة غذائية في مطعم متوسط الشهرة على نيل القاهرة.

طوابير الباحثين عن الثروة

هذه الآلاف من المودعين المندفعين والمتزاحمين أمام أبواب فروع المصري المتحد، صنعت مشهداً نادر الحدوث في تاريخ البنوك المصرية، حيث ظهرت لأول مرة طوابير المكتتبين وكأنها طوابير الباحثين عن الثروة. وساهمت حملة إعلانية مكثفة ومخططة على نحو يخاطب غريزة الثراء السهل في ازدياد عدد الراغبين في شراء الشهادة خصوصاً وأن قيمتها متدنية للغاية.

هنا تحركت مرجعيات دينية وقوى تقدمية راديكالية في المجتمع لمهاجمة الظاهرة الفريدة من نوعها باعتبارها عملية تكرّس قيم الثراء السريع والاعتماد على الحظ والقدر وتهدر قيم العمل والكفاح بل وقيمة الادخار ذاتها وترسّخ لدى الأجيال الجديدة شعوراً بأهمية الحظ في صنع مستقبل الإنسان.

كذلك هاجمت الأوساط المصرفية هذه الظاهرة باعتبارها نوعاً من الإفلاس المصرفي وأن لجوء البنوك لهذه الأساليب في جذب المدخرات هو نوع من أعمال اليانصيب، ودليل على فشل كافة السياسات التسويقية التي تتبعها البنوك وأنها - أي البنوك - لم تجد سوى العزف على أوتار الغرائز البشرية لترويج بضاعتها مثلها مثل باعة أي منتج استهلاكي، وأنه يجب على البنوك الابتعاد عن هذه الأساليب لجمع مدخرات المواطنين وأن طوابير المكتتبين لا تعني عودة الوعي المصرفي المفقود لدى ملايين المصريين بقدر ما تعني سيطرة لعبة اليانصيب على سيكولوجية هؤلاء المكتتبين.

الغريب أن بنوكاً مصرية عدة أرادت استثمار النجاح الذي حققته فكرة "شهادة المليونير" التي طرحها "المصري المتحد" من خلال طرح أوعية ادخارية مماثلة تعزف على وتر الجوائز المالية الضخمة نفسها، فبادر البنك المصري التجاري - بنك الإسكندرية الكويتي الدولي سابقاً - إلى طرح شهادة جائزتها نصف مليون جنيه كما قام البنك الأهلي بطرح شهادات بالدولار جائزتها 65 ألف دولار.

"المصري المتحد" حصد 11 مليون دولار في 3 أشهر و"القاهرة" و"التجاري الدولي" يستعدان لدخول السباق

كما يستعدّ بنك القاهرة والبنك التجاري الدولي حسبما كشفت مصادر مصرفية لـ "الاقتصاد والأعمال" لطرح أوعية ادخارية مشابهة في ما يبدو أنه "ماراتون يانصيب" بين البنوك المصرية.

هذا الهجوم على المصري المتحد وأفكاره التسويقية طاول عدداً من قيادات البنك الذين تمّ اتهامهم بالقصور التسويقي والترويج لأساليب تضر بالمناخ الاقتصادي في مجمله.

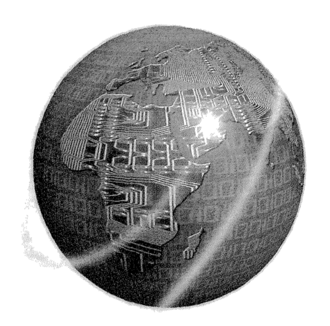
أمام كل ذلك، يشرح **ماهر أبو ستيت** مدير عام البنك المصري المتحد مبررات ومواقع البنك للدخول في هذه اللعبة الخطرة.

يقول **ماهر أبو ستيت** أن هذه الشهادات هي تطوير لفكرة شهادات الادخار المجموعة "ج" ذات الجوائز التي يبيعها البنك الأهلي المصري لعملائه لحساب الحكومة ممثلة في بنك الاستثمار القومي المسؤول عن تدبير موارد الخطة الخمسية.

وقال **ماهر أبو ستيت** أن هناك أفكاراً متشابهة لتلك الفكرة طبقها عدد من البنوك الأوروبية والأميركية، ولهذا عندما عرضنا الفكرة على مسؤولي البنك المركزي وافقوا عليها على الفور، كما وافقت وزارة الشؤون الاجتماعية على تنظيم المسابقة والإشراف عليها لضمان الحياد والشفافية. وقال أن شهادات الادخار ذات الجوائز ستلقى رواجاً كبيراً في مصر بدليل الإقبال على شراء "شهادة المليونير" وشهادات البنك المصري التجاري وأنها - أي الشهادات - ستساهم في تحقيق حدة مشكلة نقص السيولة التي يعاني منها الجهاز المصرفي المصري منذ فترة وتسهم في دعم نسبة الادخار المحلي المطلوب لتمويل الاستثمار، كما أنها ستزيد عدد مودعي البنك وتتيح له الدخول في أنشطة استثمارية متنوعة، ولهذا جعلنا الحدّ الأدنى لقيمة الشهادة 100 جنيه فقط لإتاحة الفرصة أمام أكبر عدد من الزبائن للمشاركة فيها.

وتشير تقارير المتابعة في البنك المصري المتحد والبنك المصري التجاري إلى أن الأول باع نحو 450 ألف شهادة حصيلتها 45 مليون جنيه - نحو 11 مليون دولار - في الشهور الثلاثة الماضية بينما باع البنك الثاني 400 ألف شهادة تحمل اسم "وثيقة العمر" حصيلتها 40 مليون جنيه.. ولا زال السباق قائماً. ■

إذا تعلق الأمر بتكنولوجيا المعلومات
فإنك بالتأكيد ستجده هنا



جيتكس

ملتقى صناعة تكنولوجيا المعلومات

١٤ - ١٨ أكتوبر (تشرين الأول) ٢٠٠١

- أكبر معرض لتكنولوجيا المعلومات في الشرق الأوسط
- معرض سوق الكمبيوتر – مخصص للبيع بالتجزئة
- ندوات تقنية
- مؤتمر داماتكس لتكنولوجيا المعلومات
- منتدى جيتكس ITP للموزعين
- جيتكس بتقنية الواقع الإفتراضي على شبكة الإنترنت (يدشن قبل المعرض بأسبوع ويستمر طيلة ٦٠ يوماً)

شروط الحضور

خاص فقط بالتجار ورجال الأعمال

تذكرة ليوم واحد ـ ٢٠ درهم
تذكرة لخمسة أيام ـ ٦٠ درهم

آخر الأنباء!





للمزيد من المعلمات، يرجى الاتصال بـ:
مركز دبي التجاري العالمي (ذ.م.م)، ص ب. ٩٢٩٢، دبي، الإمارات العربية المتحدة
هاتف: ٣٣٢١٠٠٠ (٩٧١٤) (تحويلة)، فاكس: ٣٣١٨٠٣٤، ٣٣٢٩٠٠٦ (٩٧١٤)
بريد إلكتروني: jillian.shaw@dwtc.com إنترنت: www.GITEX.com



Emirates
Official Carrier



Official Travel Agent



Official Stand Contractor



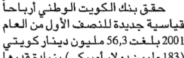
Official Shipping Contractor



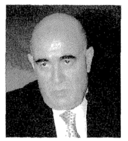








الكويت الوطني:
أرباح قياسية جديدة


ابراهيم دبدوب

حقق بنك الكويت الوطني أرباحاً قياسية جديدة للنصف الأول من العام 2001 بلغت 56,3 مليون دينار كويتي (183 مليون دولار أميركي) بزيادة قدرها 12 في المئة عن الفترة نفسها من العام الماضي. وارتفع العائد على حقوق المساهمين للبنك الى 27,2 في المئة وهو من أعلى المعدلات عالمياً، كما ارتفع العائد على الموجودات الى 2,75 في المئة عن هذه الفترة، يأتي ذلك بعد أن رفعت وكالة "موديز" "Moody's" العالمية تصنيف الوطني الإئتماني للقوة المالية ليصبح الأعلى على مستوى جميع بنوك الأسواق الناشئة والتي تضم دول الشرق الأقصى وأوروبا الشرقية وأميركا اللاتينية الى جانب الشرق الأوسط.

وحول هذه النتائج، صرّح الرئيس التنفيذي لبنك الكويت الوطني – **إبراهيم شكري دبدوب** – أنها دليل عن نجاح البنك في تطبيق ستراتيجيته الواضحة في تنويع النشاطات ومصادر الايرادات وتوزيع المخاطر، كما أنّ ما يقدمه الوطني من خدمات مالية متطورة باستخدام أحدث التقنيات في السوق المحلية وفي فروعه الخارجية المنتشرة في العديد من دول العالم كان له أكبر الأثر في ذلك الإنجاز. ويتطلع الوطني لمزيد من التوسّع والإنتشار في المنطقة العربية خلال المرحلة المقبلة.

وأشار **دبدوب** الى أنّ إجمالي موجودات البنك الوطني بلغ نحو 4,090 مليارات دينار كويتي (13,3 مليار دولار) حتى 30 حزيران / يونيو 2001، وهو ما يؤكد قوة البنك ومتانته المالية، وقد استمر البنك في أدائه المتصاعد وتحقيقه للأرباح منذ تأسيسه وحتى في أصعب المواقف والأزمات. وكان الوطني بدأ نشاطه في العام 1952 في رأس مال لم يتجاوز مليون دينار كويتي فقط.

وكانت وكالة "موديز" "Moody's" العالمية رفعت مؤخراً تصنيف بنك الكويت الوطني الائتماني للقوة المالية ليصبح الأعلى على مستوى جميع الأسواق الناشئة في العالم والتي تشمل دولاً كبرى لها مصارف عريقة مثل: الصين، روسيا، سنغافورة، الهند، أندونيسيا، هونغ كونغ وماليزيا الى جانب دول أميركا اللاتينية وأبرزها المكسيك والبرازيل والأرجنتين. وأشارت "موديز" الى أنّ تقييمها اعتمد على متانة البنك المالية ودرجة الأمان المصرفي العالية التي يتمتع بها دون الاعتماد على مصادر دعم خارجية الى جانب إدارته الجادة للمخاطر المختلفة. وأكد **دبدوب** أنّ حصول الوطني على التقييم الأعلى على مستوى جميع الأسواق الناشئة يضع البنك أمام مرحلة جديدة من التطور ليعزز مكانته كمصرف تمويلي شامل.

كما رفعت وكالة "فيتش" أيضاً في الشهر نفسه تصنيف البنك الى درجة (A) ممتاز لما وصفته بثبات البنك واستقراره وسياساته الائتمانية والمصرفية الجادة وعدم تأثره بتقلبات أسعار النفط الذي تعتمد عليه البلاد بشكل رئيسي، ويتمتع الوطني بأعلى تصنيف إئتماني على مستوى منطقة الشرق الأوسط من وكالات التصنيف الأخرى المعتمدة "ستاندارد أند بورز" و"كابيتال إنتليجنس".

وذكر **دبدوب** أنّ البنك الوطني يدير اليوم استثمارات لعملائه بما يزيد عن 5 مليارات دولار أميركي يتم استثمارها في أكبر الأسواق العالمية من خلال شركته الإستثمارية في لندن وبنك الكويت الوطني (سويسرا) الذي يتمتع برخصة مصرفية سويسرية مستقلة.

المؤسسة العربية المصرفية:
زادت الأرباح 10 في المئة


غازي عبد الجواد

حقّقت الشركة الأم لمجموعة المؤسسة العربية المصرفية ربحاً صافياً في النصف الأول من العام 2001 قدره 74 مليون دولار أي بزيادة نسبتها 10 في المئة مقارنة بالفترة نفسها من العام 2000.

وبلغ إجمالي موجودات المجموعة 25743 مليون دولار أي بانخفاض نسبته 3 في المئة، بينما حافظت السيولة على مستواها القوي واستقرت نسبة الموجودات السائلة الى الودائع عند 51 في المئة، فيما بلغت نسبة القروض الى الودائع 66 في المئة في مقابل 65 في المئة في نهاية العام 2000.

وبلغت حقوق المساهمين 1862 مليون دولار (مقابل 1904 ملايين في نهاية العام 2000)، وهو ما يعكس الدخل المسجّل للنصف الأول من العام والتدفقات الناشئة عن دفع الأرباح للمساهمين وتطبيقات اشتراطات المعيار المحاسبي IAS39 وتسويات التحويل الدفتري للعملات الأجنبية، ومع ذلك حافظت المجموعة على قاعدة رأسمالية متينة بدليل نسبة الموجودات المعرضة للمخاطر البالغة 14,1 في المئة محتسبة وفقاً لموجبات كفاية رأس المال التي وضعتها مؤسسة نقد البحرين.

وقال الرئيس التنفيذي للمجموعة **غازي عبد الجواد**: "استطعنا أن نحقق أهدافنا المرسومة وأن نبقى على أهبة الاستعداد على الرغم من الإضطرابات الكبيرة في الأسواق العالمية".

من جهة أخرى حصل بنك المؤسسة العربية المصرفية الدولي على قرض قدره 150 مليون دولار لاستخدامه في إعادة تمويل قرض بمبلغ 100 مليون دولار حصل عليه البنك في العام 1996. وقد فاقت طلبات الاكتتاب في هذا القرض المبلغ المطلوب.

ويتضمن القرض تسهيلات بـ 100 مليون دولار لمدة 3 سنوات بهامش 35 نقطة أساس في السنة (فوق ليبور) و50 مليون دولار لمدة 5 سنوات بهامش 40 نقطة أساس في السنة (فوق ليبور).

بنك الرياض: تسهيلات في القروض الشخصية

أعلن بنك الرياض عن رفع حجم مبالغ القروض الشخصية لديه لتصل الى 25 راتباً لموظفي القطاع، و30 راتباً لموظفي شركات القطاع الخاص.

وكان بنك الرياض أعلن في وقت سابق، عن رفع مدة تسديد

القروض الشخصية لديه، لتصل الى 72 شهراً لموظفي القطاع الحكومي، و84 شهراً لموظفي بعض شركات القطاع الخاص.
وتأتي هذه الإجراءات في إطار الخطوات التي نفذّها بنك الرياض في الآونة الأخيرة لتطوير خدمات التمويل الشخصي لديه، وتسهيلاً على عملاء البنك، عبر إعطائهم فرصاً أطول لتسديد القروض، وأوضح **خالد السناني** نائب رئيس أول مدير إدارة القروض الشخصية، أنّ بنك الرياض مستمر في تطوير نشاطه في مجال التمويل الشخصي في السوق السعودية، وطرح منتجات وخدمات جديدة.
وقال أن متطلبات العملاء من قروض التمويل الشخصي تطورت مع تطور السوق المصرفية السعودية، وأصبحت البنوك المحلية تتنافس في تقديم أفضل المميزات والعروض على أنشطتها التمويلية، لكسب أكبر قدر ممكن من العملاء.

السعودي البريطاني وبرنامج الإبتعاث الدراسي

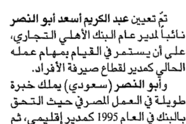
اختار البنك السعودي البريطاني المرشحين لـ "برنامج الإبتعاث الدراسي" من ساب لعام 2001 – 2002، حيث تمّ اختيار 5 سعوديين للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال من بريطانيا.
ويأتي ذلك ضمن إلتزام البنك بالمساهمة الدائمة في خدمة المجتمع والمواطنين السعوديين. وقد وصل عدد الذين تمّ ترشيحهم لهذا البرنامج 19 سعودياً.
يذكر أنّ "برنامج الإبتعاث الدراسي من ساب" يتم بالتعاون مع المركز الثقافي البريطاني.

"الأهلي التجاري": عملية تمويل لصالح شركة كورية

أبرم البنك الأهلي التجاري السعودي فرع البحرين (أوف شور)، اتفاقية تمويل قصيرة الأجل بصيغة المرابحة بقيمة 135 مليون دولار أميركي مع شركة S-oil الكورية لتمويل مشترياتها من النفط الخام من شركة "أرامكو" السعودية.
وتولّى البنك الأهلي التجاري ترتيب عملية التمويل هذه بالتعاون مع عدد من البنوك والمؤسسات المالية من دول مجلس التعاون الخليجي هي: البنك الأهلي التجاري السعودي، الشركة العربية للإستثمارات النفطية، بنك الرياض، الشركة العربية للإستثمار.
من جهة أخرى، افتتح البنك الأهلي التجاري القسم الجديد للسيدات في حي الروضة (جدّه) بحضور مديرة الخدمات المصرفية للسيدات **أيمن الطيارة** التي رأت في القسم إضافة جديدة للبنك الأهلي.
وبلغ عدد الفروع والمكاتب التي تخص السيدات لتاريخه 23 فرعاً ومكتباً تغطي كافة المناطق في المملكة، الأمر الذي يعكس اهتمام البنك بهذه الشريحة من المجتمع.
ويضم القسم الجديد كافة الخدمات المصرفية بما فيها المنتجات الإسلامية.

البنك الأهلي التجاري: أبو النصر نائباً للمدير العام

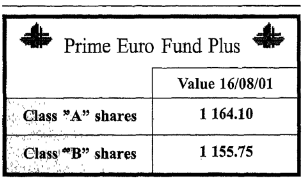



عبد الكريم أسعد أبو النصر

تمّ تعيين **عبد الكريم أسعد أبو النصر** نائباً لمدير عام البنك الأهلي التجاري، على أن يستمر في القيام بمهام عمله الحالي كمدير لقطاع صيرفة الأفراد.
و**أبو النصر** (سعودي) يملك خبرة طويلة في العمل المصرفي حيث التحق بالبنك في العام 1995 كمدير إقليمي، ثم مدير لإدارة الخدمات البنكية الخاصة ثم مدير لقطاع خدمات الأفراد.
ويأتي قرار تعيين **أبو النصر** نائباً للمدير العام في إطار حرص البنك على شغل الوظائف القيادية بالكوادر السعودية.

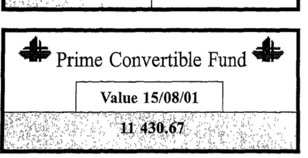
بنك دبي الوطني: فرع جديد

افتتح بنك دبي الوطني أحدث فرع له المجهّز بالوسائل التكنولوجية المتقدمة والواقع في بولفارد أبراج الإمارات. والفرع الجديد يوفّر المجموعة الكاملة للمنتجات والخدمات والتسهيلات المصرفية التي يقدّمها بنك دبي الوطني لعملائه.
وقال **فهد صديق خوري** مدير فرع بنك دبي الوطني في أبراج الإمارات: "هذا الفرع الجديد المجهّز بأحدث الوسائل التكنولوجية يعكس إلتزام بنك دبي الوطني بتزويد عملائه بالخدمات التي تتناسب واحتياجاتهم. ويُعتبر هذا الفرع الوحيد في توفير الخدمة الآمنة للمعاملات المالية وغير المالية لأبراج الإمارات، حيث أنه يوفّر



Prime Euro Fund Plus

	Value 16/08/01
Class "A" shares	1 164.10
Class "B" shares	1 155.75



Prime Convertible Fund

Value 15/08/01
11 430.67


الفرع الجديد لبنك دبي الوطني في أبراج الإمارات

الخدمة المصرفية لنزلاء الفندق وزوّار بولفارد أبراج الإمارات ومستأجري المكاتب".

جائزة الجودة العربية لـ بنك الإسكان للتجارة والتمويل

فاز بنك الإسكان للتجارة والتمويل بجائزة الجودة العربية (2001) كمؤسسة مصرفية عربية ارتكزت في تعزيز مكانتها المالية وحضورها المحلي والإقليمي على ستراتيجيات تسويقية متميزة.

وزير الصناعة والتجارة السوري ممثلاً الدكتور **محمد مصطفى ميرو** رئيس وزراء سورية سلّم الجائزة لـ **محمد أبو زيد** مساعد مدير عام البنك للتسويق والأبحاث والعلاقات العامة خلال الملتقى الإقتصادي الدولي لرجال الأعمال والإقتصاديين العرب الذي عُقد في دمشق مؤخراً بمشاركة نخبة من قيادات العمل والفكر الإقتصادي والمالي والإستثماري والمصرفي العربي والدولي.

زهير الخوري
رئيس مجلس الإدارة

عبد القادر الدويك المدير العام

تمّ اختيار بنك الإسكان للتجارة والتمويل الأردني للفوز بجائزة الجودة العربية 2001 وفق قواعد ومعايير اعتمدتها لجنة أمناء الجائزة التي تتألف من خبراء دوليين وعرب من منظمة المقاييس الدولية في جنيف، جامعة نيويورك، مركز إعداد القادة لقطاع الأعمال في جمهورية مصر العربية، دار الخبرة للتدريب والإستشارات الأردنية، ومؤسسة المأمون الدولية في الجمهورية العربية السورية.

وقال **زهير الخوري** رئيس مجلس إدارة بنك الإسكان والتمويل، أنّ فوز البنك بهذه الجائزة العربية جاء ليؤكد من جديد تميّز البنك على الصعيد المحلي والعربي في مختلف نشاطات عمله المصرفية والإدارية والتقنية والتي مكّنته من تحقيق مراكز متقدمة داخل السوق المحلية بمختلف معايير المؤشرات المالية الرقمية، ومعايير النوعية والتميّز الأخرى غير الرقمية.

تعاون بين "الأهلي" ومصر للطيران

وقّع البنك الأهلي المصري اتفاقية تحالف مع مؤسسة مصر للطيران تحت رعاية مؤسسة ماستر كارد العالمية.

وأوضح **أحمد ضياء الدين فهمي** رئيس مجلس إدارة البنك الأهلي، أنّ التحالف الجديد يستهدف إصدار بطاقة ائتمان جديدة تُعدّ الأولى من نوعها في مصر وتستهدف زيادة القدرة التنافسية لمؤسسة مصر للطيران.

وأوضح أنّ البطاقة الجديدة تمكّن حامليها من شراء تذاكر السفر على خطوط مصر للطيران وسداد قيمتها آجلاً بعد فترة تصل إلى 45 يوماً من دون فوائد.

من جهته أوضح **محمد بلعرج** نائب رئيس ومدير عام ماستر كارد العالمية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، أنّ البطاقة الجديدة تأتي في إطار خطة ترويج اعتمدتها ماستر كارد العالمية لتوسيع نطاق أعمالها وخدماتها في منطقة الشرق الأوسط عبر طرح منتجات جديدة تلبّي احتياجات شرائح واسعة من العملاء.

بي أم بي. انفستمنت بنك: تحسّن في الأداء

حقّق بنك بي أم بي. انفستمنت خسارة تشغيلية (قبل احتساب مصاريف إعادة الهيكلة) قدرها 0,9 مليون دولار في الربع الثاني و12,9 مليوناً للنصف الأول، محققاً بذلك تحسناً في الأداء بلغ 93 في المئة للربع الثاني، ما يشير إلى حدوث استقرار إيجابي في الوضع المالي للبنك. ورغم الخسارة فقد تحسن أداء البنك بنسبة 20 في المئة مقارنة مع الفترة نفسها للعام الماضي وتمكّن البنك من الحصول على قرض مساند بمبلغ 30 مليون دولار، الأمر الذي أدى الى تدعيم وتقوية معدل كفاية رأس مال البنك في أعقاب المصاعب التي تعرّض لها خلال العام 2000. وبلغ معدل كفاية رأس المال 17,34 في المئة مقارنة بـ 16,1 المئة في نهاية العام 2000.

حسب تقرير "موديز": البنوك المصرية: استقرار

عكس التعديل الأخير على التقرير السنوي للقطاع المصرفي المصري الصادر عن "موديز"، استقرار وضع المصارف الحكومية والخاصة حالياً في مصر. لكنه أشار إلى احتمال حصول تخفيض على هذا التصنيف "ما لم يظهر تحسّن في النمو الإقتصادي والسوق المصرفية معاً".

فمصارف القطاع الخاص حاصلة على تصنيف للقوة المالية (D+) والمصارف الحكومية على درجة تصنيف أقل هي (D-)، في حين أنّ متوسط تصنيف الودائع لدى المصارف بالعملة الأجنبية هو (Ba2) ويعادل التصنيف السيادي لمصر.

وتوقّع **ماريديج حالاجيان**، كبير المحلّلين لدى "موديز"، في التقرير، انه "تبقى آفاق النشاط المصرفي قاتمة في المستقبل المنظور متأثرة بعوامل عدّة أهمها أداء قطاع الشركات الضعيف وقلّة الفرص الإستثمارية لدى المصارف في ظلّ سوق مالية جامدة وصلت إلى أدنى حدّ لها منذ 7 سنوات، إضافة إلى التخوّف من تدهور نوعية موجوداتها بسبب تدهور نوعية القروض على نطاق القطاع ككل وخصوصاً لدى المصارف الحكومية. ■

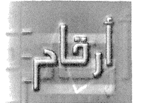


أيلول / سبتمبر 2001 / السنة الثالثة والعشرون / العدد 261

Issue 261 / Year 23 / September 2001

فيليب ريكسون من اكسنتشر الشرق الأوسط

مفهوم التقارب و الالتقاء



مشروع انترنت 2

يتحدث البعض عن مشروع الانترنت 2 وكأنه جهاز جديد ستشتريه الدول وتركّبه لمواطنيها ... ويستفيد منه الجميع.

والملفت ان ثمة أشخاصاً يطلقون عليه الجيل الثاني من الانترنت تيمناً ربما بأجيال الهاتف النقال.

قد يكون الحق معهم، الا اننا مضطرون للاقتباس من الشركات العالمية لتقديم تعريف موجز لمشروع انترنت 2 (Internet II).

عندما أطلقت الشبكة "الحالية" للجمهور في الثمانينات كانت الاتصالات العالمية لا تزال تعتمد على كابلات وشبكات هاتف غير قادرة على نقل المعلومات بسرعات عالية. واستمر الامر على ما هو عليه، الا انه مع تقدّم الزمن واكتشاف اساليب جديدة لتسريع نقل المعلومات، أدخلت الدول تدريجياً وسائل الاتصالات الجديدة ومنها الالياف البصرية التي تقدم للانترنت دفعاً عظيماً.

وبطبيعة الحال فإن الشركات تستبدل مع مرور الوقت كل البنية التحتية للاتصالات في الدول وبين القارات وفي الفضاء... لذلك فان الانترنت ربما تم استبدالها مئة مرة منذ اطلاقها حتى اليوم.

ما هو؟

أما المشروع الذي يتحدث عنه البعض ويسميه انترنت 2 فهو يعود الى تجمّع لا يسعى للربح يضم نحو 180 جامعة تعمل مع شركات من السوق وجهات حكومية لتطوير وتطبيق تكنولوجيا وتطبيقات متقدمة للشبكات موجهة لتسريع الحصول على الانترنت التي يمكن الاعتماد عليها أكثر من الحالية. وتختصر هذه الجمعية اهدافها بالتالي:

1 – المحافظة على قيادة الولايات المتحدة للانترنت.

2 – خلق شبكة بقدرات متقدمة ليستخدمها مجتمع الدراسات العالمي.

3 – تسهيل استخدام تطبيقات الانترنت المتطورة

4 – المساعدة على نشر الخدمات الشبكية الجديدة الى انحاء المجتمع الشبكي العالمي.

وللقيام بذلك فان أبحاثاً وتجارب وبرامج وجهوداً وخدمات وأموالاً يجب ان تقدّم ... ومن سيقدّمها؟ الحكومات الغنية بدأت بالتقديم مثل بريطانيا، كذلك هناك جهات اخرى مثل المنظمات العالمية والاجتماعية وبعض الشركات من سويسرا والولايات المتحدة.

300 مقهى انترنت معرَّض للإغلاق في الرياض

بعدما بدأت البلديات الفرعية في الرياض اوائل شهر آب / أغسطس تطبيق التنظيم والاشتراطات الجديدة لمقاهي الانترنت واخذت تعهدات من أصحابها، قد يتعرض العديد من هذه المقاهي للإغلاق.

وقد شارك في إعداد لائحة الشروط الجديدة التي احتوت على 58 شرطاً أكثر من ست جهات حكومية لم تكن تعترف بأهمية هذه المقاهي.

وأجمع معظم أصحاب هذه المقاهي في مقابلات اجرتها معهم صحيفة الشرق الاوسط، على أنهم معرضون "لخسائر كبيرة بعد اصدار الشروط الجديدة والتي وصفوها بالتعجيزية والمستحيلة التطبيق".

ومن الشروط التي وضعت:

1 – تعديل الوان المقاهي وتوحيد لوحاتها

2 – عدم وجود حواجز بين الاجهزة لمنع الخصوصية وابراز هوية اي مستخدم داخل المقهى.

3 – توفير مواقف للسيارات

4 – تحديد ساعات العمل بحيث تتوافق مع فترات العمل في الدوائر الحكومية والقطاع الخاص وذلك بالاغلاق عند الساعة 12 ظهراً وحتى الرابعة مساء، فيما يستمر العمل بعد ذلك حتى الساعة 12 ليلاً.

ويضاف الى هذه الشروط مجموعة بنود أخرى تنظيمية.

3,8 مليارات دولار حجم الانفاق على تكنولوجيا المعلومات في الشرق الاوسط

قالت مصادر IDC ان معدل الانفاق على قطاع تكنولوجيا المعلومات في منطقة الشرق الاوسط وصل العام 2000 الى 3,2 مليارات دولار سواء الانفاق على الاجهزة والمعدات او البرامج والخدمات الملحقة. والتوقعات تشير الى ان الرقم قد يصل العام 2001 الى 3,8 مليارات دولار والى 4,6 مليارات العام 2003 وبنسبة نمو تصل الى 21 في المئة.

ويتضمن هذا الانفاق على اجهزة الكومبيوتر التي تمّ بيعها العام 2000 في المنطقة والتي وصل عددها الى 953 الفاً مع توقعات ان يصل هذا الرقم الى 1,1 مليون دولار العام 2001 مع نسبة نمو تصل الى 20 في المئة.

وتضيف بعض التقارير الى ان الامارات العربية انفقت على قطاع تكنولوجيا المعلومات نحو 654 مليون دولار العام 2000 وقد يصل العام 2001 الى 804 ملايين دولار مع نسبة نمو تصل الى 23 في المئة. أما السعودية فأنفقت العام 2000 نحو 990 مليون دولار لذات الهدف وقد يصل الرقم الى 1,7 مليار دولار سنة 2001. وهذا يعني ان السعودية والامارات انفقتا العام 2000 على قطاع تكنولوجيا المعلومات ما يزيد على نصف الانفاق العربي الإجمالي.

المحتويات



فيليب ريكسون من اكسنتشر الشرق الأوسط

مفهوم التقارب و الالتقاء



يرسم خبراء الاقتصاد الجديد صورة مثالية للمجتمع الذي سيعيش فيه المستهلكون في عصر الإنترنت، لكن هذا المجتمع المثالي لا يزال بعيد المنال، إذ تفصلنا عنه مسافات شاسعة هي المسافات نفسها التي كانت تفصلنا عنه في بدايات هذا العصر.

في هذا المقال المعدّ خصيصاً لـ"الاقتصاد والأعمال"، يناقش فيليب ريكسون، أحد شركاء اكسنتشر الشرق الأوسط، العقبات التي تقف حائلاً دون الوصول إلى مجتمع المستهلكين المثالي، ويستعرض طبيعة الخدمات والمزايا التي تعد بها جنة المستهلكين.

"سيحلّ اليوم الذي سيكون فيه كل شيء في محله وتتيسّر جميع الأمور"، هكذا ظل يقول لنا خبراء الاقتصاد الجديد طوال السنوات العشر الماضية، ثم يزيدون الأمر توضيحاً فيقولون أنه في ذلك اليوم ستجتمع قوة الإنترنت الجبارة مع المرونة الهائلة التي تتصف بها أنظمة الكمبيوتر العصرية لينتج عنهما مجتمع المستهلكين المثالي.

التلاقي: كلمة السر

ستتقارب أنظمة الكمبيوتر والاتصالات والإعلام وتتفاعل في ما بينها بأساليب جديدة مذهلة، وسيتسنى لنا أن نختار بسهولة ما نشاء من بين تشكيلة واسعة من الخدمات التي تناسب بالضبط احتياجاتنا ونمط حياتنا، ثم ندفع بعد ذلك فواتيرنا بالأسلوب الذي يروق لنا، كل ما نحتاجه، وما لا نحتاجه، سيتوافر لنا عبر الإنترنت مباشرة، أما الأسواق المتقاربة شديدة التنافس فهي ضمان أكيد لنا بهبوط أسعار الخدمات إلى الحضيض.

وفي الواقع أن هذا التلاقي لم يحصل بعد، أو على الأقل لم يحصل على هذه الصورة المثالية، ومع ذلك فهذا ليس معناه أن المفهوم كله عبارة عن خيال علمي لا يستند إلى واقع، الالتقاء سيحدث في القريب العاجل، بل إنه أقرب إلينا مما كنا نتخيل.

لكن أية مؤسسة ترغب في الاستفادة من إمكانيات التلاقي عليها أن تدرك جيداً أن الفهم الواضح والوعي لآليات الالتقاء وإيقاع نموه وتطوره هو العنصر الرئيسي في تحقيق ذلك، وخصوصاً تلك المؤسسات العاملة في قطاعات الاتصالات والتكنولوجيا والإعلام.

إن فهم آليات التقارب والالتقاء يجعلنا ندرك بوضوح المشاكل التي ستواجه الوضع الحالي وهو في طريقه نحو المستقبل، مشاكل من قبيل صعوبات الإحلال، ومشكلات إعادة الهيكلة المؤسسية والبحث عن مجالات التعاون الضرورية. اكسنتشر قامت قبل أشهر عدة بإجراء دراسة مسحية مكثّفة حول طبيعة الالتقاء في قطاع الاتصالات في الشرق الأوسط، ووجدت أن الشرق الأوسط على موعد قريب مع مفهوم التلاقي.



سرعة دون التوقعات

نستطيع اليوم أن نحدّد الأسباب التي حالت دون حدوث التقارب والالتقاء بالسرعة التي توقّعها المراقبون، في رأينا هنالك خمسة أسباب رئيسية، وهي:

1 – **صعوبة تغيير سلوكيات المستهلكين:** يستهلك المستهلك الأميركي البالغ معدل 3400 ساعة من الإعلام بمختلف أشكاله في السنة الواحدة، وهو رقم مذهل، إذ أنه يساوي أكثر من 140 يوماً. إلا أن هذا الرقم لن يصبح مذهلاً إذا فكرت في الوقت الذي تقضيه مشاهداً للتلفاز أو مستمعاً للإذاعة أو قارئاً للمجلات والصحف أو ناظراً إلى الملصقات الإعلانية التي تملأ الشوارع. وعلى الرغم من هذا، فالمستهلك ينفق 1 في المئة فقط من هذا الوقت على الإنترنت، وإن كان من المتوقع أن ترتفع هذه النسبة إلى 1,3 في المئة.

2 – **بيئات العمل التكنولوجية مكلفة وصعبة التغيير والتطوير:** هنالك تباين كبير في الأساليب التكنولوجية المختلفة التي يستخدمها المستهلكون للدخول الى الإنترنت، يعود هذا التباين إلى اختلاف أجهزة الكمبيوتر الشخصية، أو نوعية أجهزة الموديم، أو مزود الخدمات والشبكة الرئيسية، أو الخط المؤجر والموزع، أو الشبكة المحلية وجهاز الخادم. وبشكل عكسي، ما هذا إلا أبسط مسار يمكن أن يتخذه مستخدم لتصفح موقع معين على شبكة الإنترنت. ومن ناحية أخرى، يراوح عمر الأجهزة والأدوات المستخدمة في هذا المسار بين أسابيع عدة وثلاثين عاماً. وعلى الرغم من ظهور أساليب تكنولوجية جديدة مثل IDSL و"موديمات الكيبل"، إلا أنها اصطدمت بعقبات كثيرة كتكلفتها المرتفعة والتهامها لعوائد الخدمات الأخرى.

3 – **التغيرات الحاصلة في السياسات العامة:** نتج عن وضع قوانين جديدة وتعديل القوانين القديمة في الولايات المتحدة وأوروبا والشرق الأوسط الكثير من نقاط الضعف في الوقت نفسه الذي خلقت فيه هذه القوانين فرص عمل جديدة. ورغم أن مدراء شركات الاتصالات قد تصدّوا لهذه المشاكل ولكن الوضع لا يزال عائماً والحيرة لا تزال شديدة، الأمر الذي يشل القرارات ويثبط العزائم.

4 – **انتشار تكنولوجيا معينة يعتمد على المجتمع:** تمتعت البلدان الاسكندنافية ببنية تحتية للإتصالات اللاسلكية منذ بداية الثمانينات، ما شجّع الناس من جميع الأعمار على استخدام الهواتف النقالة، وبينما يشهد التلفزيون الرقمي شعبية كبيرة في الدول الأوروبية وبعض الدول الأخرى، فإن I-Mode هو السائد في اليابان.



فيليب ريكسون

وستقود هذه الاختلافات بين المجتمعات نحو تفاوت ملموس في أنماط التقارب والالتقاء، ففي الشرق الأوسط حيث تشهد الهواتف النقالة حماساً شديداً لاستخدامها، فإنه من المتوقع أن تسيطر أنماط الالتقاء المعتمدة على الاتصالات اللاسلكية.

5 – **الأعمال التقليدية تشهد نجاحاً مفاجئاً:** كثير من المؤسسات الكبيرة نمت أعمالها الرئيسية بصورة ممتازة، فعلى سبيل المثال، أعلن خبراء الاقتصاد الجديد أن الصحف ستضمحل وتختفي في القريب العاجل، وكان ذلك في بداية التسعينات من القرن الماضي. ولكن ما حدث أن صناعة الصحافة في الولايات المتحدة الأميركية شهدت معدلات نمو تصل إلى 8 في المئة في العام 1998، ثم استمر ارتفاع هذا المعدل مع دخول الألفية الجديدة. فعملية إقناع المستثمرين بتغيير أعمالهم أو أساليب إدارتها صعبة جداً والأخص إذا كانت أعمالهم التقليدية وأساليبهم المحافظة تحقق لهم النجاح المنشود.

ولهذا اتخذت الكثير من الشركات خطوات جريئة نحو إعادة هيكلة أعمالها لتتلاءم مع مفهوم التقارب والالتقاء، ولكن هذه العقبات الخمس صعّبت كثيراً من عملية الحصول على أية قيمة من خلال دمج الخدمات. في الأمثلة القليلة المقبلة سنرى قصص نجاح اعتمدت على المفاهيم التقليدية أكثر من مفاهيم الدمج والتعاون بين مختلف الصناعات، حيث استطاعت AT&T أن تمنح حاملي أسهمها قيمة مضاعفة من خلال فصل شركتي لوسنت وNCR عن الشركة الأم، وهي قيمة لم يكن من الممكن الحصول عليها لو ظلت الشركات الثلاث متّحدة.

تزايد الأساليب والمستخدمين

لا جدال في أن الإنترنت تشهد انطلاقة قوية في جميع أنحاء العالم، بل أن الشرق الأوسط بالذات قد أبدى ترحيباً خاصاً بهذه التكنولوجيا الجديدة، وقد قامت شركات مثل Palm بعد أن نجحت في نشر استخدام المساعد الرقمي الشخصيPDA بإضافة خاصية الاتصال اللاسلكي لتتيح لعدد أكبر من الناس دخولاً لاسلكياً على الإنترنت.

الملايين من اليابانيين يتصلون بالإنترنت عبر هواتفهم النقّالة، ومايكروسوفت تستثمر في AT&T بينما تستثمر هذه الشركة الأخيرة في تكنولوجيا الكيبل، أمريكا أون لاين تشتري تايم وارنر، وفيفندي تشتري أعمال سيغرام الإعلامية، ترى.. ما سر اهتمام عمالقة الصناعة المختلفة الشديد بمفهوم التقارب والالتقاء الجديد؟

كيف يأتي الربح؟

المضمون معروف، ولكن السياق هو ما يجعلنا نهتم فعلاً بالأمر. على سبيل المثال، عندما يختار بائع تجزئة سعراً مغرياً ويركّز على مزايا معينة فهو يساعدنا على اتخاذ قرار ما إذا كنا نريد شراء ما يبيعه أم لا، أو عندما يختار معدّو الأخبار المسائية الخبر الذي يظنون أنه سيشد انتباهنا، ولا يكتفون بذلك، بل يضعونه في أشد الصور إغراء وجاذبية.

أشهر مزودي السياق في العصر الحديث هي البوابات الشبكية مثل وانادو



Wanadoo وسيبريا Cyberia. وهو مجال جديد ينمو بسرعة ولكن حدوده لا تزال غير واضحة، فهنالك الكثير ممن يطلقون على أنفسهم اسم بائعو التجزئة الإلكترونيون والذي يجمعون معاً عدداً من الخدمات والمنتجات التي تلبّي كلها حاجة معينة، وبالطبع لا يكاد يوجد شيء لا يغطونه بخدماتهم، من خطط التقاعد إلى مساعدتك على اختيار الخدمة الهاتفية المناسبة.

إذا تحدثت إلى عملائك .. ملكتهم

شبكة القيمة الرقمية الجديدة تعيد تعريف مفهوم العلاقة بين المستهلك والمزود. فقد يختفي جنس المستهلك التقليدي برمته عند بعض المزودين، فباستطاعة مستهلكي اليوم تركيب موديم الكيبل الخاص بهم بأنفسهم، والسمة الشخصية تطغى على البوابات الشبكية تدريجياً، فإذا بدأ المستخدمون بشراء خدمات متعددة من البوابة التي يختارونها، وإذا بدأت هذه البوابة بتقديم أفضل الخدمات بأسعار تتناقص حسب حجم الفاتورة، مع خيار الدفع التلقائي والخصومات وحزم الخدمات المتنوعة، فماذا تبقى لشركات الاتصالات التقليدية لكي تقدّمه لعملائها وتحافظ عليهم؟

إن البوابات التي تقدّم أفضل سياق للخدمات والمعلومات، هي التي ستمتلك العملاء بشكل قوي، فالتطور سريع وهنالك تحالفات جديدة كل يوم، ورغم أن أمريكا أون لاين وياهو هما رواد هذا المجال في الولايات المتحدة الأمريكية، إلا أن الفضاء لا يزال خالياً ينتظر المحلقين.

أين وصلنا؟

حسب الدراسات التي أجرتها اكسنتشر فإن هنالك ثلاث مراحل لبلوغ التقارب والالتقاء، وكل واحدة من هذه المراحل يجب أن تُدرس وأن تُدار بعناية.

لقد قطعنا شوطاً لا بأس به من مرحلة "الوعد"، حيث استطاع عدد من اللاعبين الكبار أن ينشئوا عناصر جديدة و أن يوحدوا أيضاً عناصر مختلفة من سلسلة القيمة، بدلاً من أن يربطوا أنفسهم بالصناعات الأخرى.

وتبدأ المرحلة الثانية عندما تبدأ العقبات التقليدية التي تقف أمام التقارب والالتقاء بالزوال، ويبدأ عمالقة الصناعة بالصراع حول موضع قدم في سلسلة القيمة ويجد مجموعة من اللاعبين غير المعروفين أنفسهم في خضم الصراع، عندئذ تبدأ الفوائد الحقيقية بالنسبة للمستهلكين، من الخصومات الكبيرة على الأسعار إلى الخدمات المتطورة كرقم هاتف عالمي يتبع صاحبه أينما وُجد.

أما المرحلة الثالثة والأخيرة فهي تحقيق "مجتمع المستهلكين المثالي"، حينما يصبح الانتقال نحو الاقتصاد الإلكتروني تاماً وشاملاً، وتصبح مفاهيم الأعمال التقليدية غير صالحة على الإطلاق. وإذا كان التكامل الأفقي هو السمة الطاغية على السنوات القليلة الماضية فإن هذه المرحلة ستشهد انتشار مفهوم التكامل العمودي، إما عن طريق الاستحواذ الكامل على الشركات أو من خلال إنشاء شبكة افتراضية من شركات مختلفة، حيث ستقدم شركة واحدة جميع الخدمات التي من الممكن أن يحتاجها إنسان، متبعين مبدأ: أنك إذا كنت أنت من يتحدث إلى العميل، إذاً أنت من يمتلك حق التعامل معه.

خرج العملاق من قمقمه...!

تتيح سلسلة القيمة الرقمية للعميل أن يتعامل مع جهة واحدة لتلبية جميع احتياجاته، ولكن الطرق الممتدة أمام الشركات الساعية نحو تحقيق هذا الهدف خطرة ومتباينة، إذ يجب على الشركات الكبيرة أن تظهر قدرتها على منافسة الشركات الجديدة الصغيرة التي تتميز بسهولة الحركة والمناورة و سرعة التطور، وفي الوقت نفسه يجب أن تظهر الشركات الصغيرة قدرتها على النمو السريع حتى تظل على مستوى المنافسة على المدى البعيد.

كما يجب على متخذي القرار أن يطوّروا ستراتيجيات مناسبة وأن يدركوا موقعهم جيداً في سلسلة القيمة الرقمية، حيث يجب أن يكون لدى جميع الشركات رؤية واضحة حول نشاطاتها وأساليب إدارتها في عصر السياق، وأن تتذكر دائماً أن السياق هو الذي يحدد ولاء العميل. يجب أن تفهم الاقتصاديات الرقمية جيداً، لأنها أساس العوائد المحتملة وهياكل الإنفاق الجديدة.

حافظ على عميلك

المحافظة على علاقة مميزة مع عملائك هو الشرط الرئيسي لتحقيق النجاح التجاري، كسب عملاء جدد والمحافظة عليهم هي أهم قضايا الصناعات الحديثة.

ورغم أن شركات تكنولوجيا المعلومات هي القوة الدافعة وراء الفرص الجديدة، إلا أنها لا تزال مثقلة بالتقاليد، وهي أشبه بشركات الماضي منها بمؤسسات المستقبل، فالكثير من شركات تكنولوجيا المعلومات لم تطور بعد إمكانياتها للدخول في سلسلة القيمة الرقمية، وهي وإن كانت تنتج الأدوات والأجهزة التي تقوم بتفعيل دور عالم الاقتصاد الرقمي، إلا أنه لا يزال يتوجّب عليها أن تطوّر من إجراءات عملها وأساليبه لكي تدخل العصر الجديد.

أما نماذج الاستحواذ والضم التي انتشرت بصورة كبيرة مؤخراً، فقد بدأت المعاناة من ضغوط ضخمة في بحثها عن قيمة ملموسة متزايدة. معظم هذه الصفقات تمّت عندما كانت السوق مزدهرة وقوية، أما الآن وبعد أن هدأت السوق، فإن الشركات في أمس الحاجة إلى مهارات ما بعد الضم لضمان تحقيق الشركات المتحدة الجديدة وما يتوقعه منها حملة الأسهم من أرباح، وأن تتجنّب إخافة الزبائن وتنفيرهم منها.

إذاً التقارب والالتقاء لم يحققا ما توقعه الناس ولا شك أن الإمكانيات والتسهيلات التي توفّرها التكنولوجيا تفتح المجال أمام العديد من التطبيقات المفيدة والممتعة، ولكن الأهم من ذلك أنها يجب أن تستخدم في دمج الخدمات والسلع المختلفة في حزمة واحدة تقدم للمستهلك. إن سلسلة القيمة الرقمية الجديدة والتي بدأت بشائرها بالظهور ستخلق شركات متحدة عملاقة توفّر للمستهلك كل شيء وتبيعه كل ما يريد، ولكنها في الوقت نفسه ستخلق العديد من فرص العمل للشركات الناشئة والجديدة التي ستسدّ الثغرات الكثيرة في الأسواق العالمية.

يجب على المديرين التنفيذيين أن يتخذوا إجراءات فورية وفعّالة حتى يستعدوا لرياح التغيير التي ستهب مع تطور سلسلة القيمة الرقمية، حيث ستكون السنوات القليلة المقبلة حاسمة، فعلى الأغلب سيأتي جيل جديد من القادة، لا يحمل من الشبه إلا القليل مع قادة اليوم.■

المنطقة لا تشبه العالم

حافظ حجم الاستثمار في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات العربي على ارتفاع معدلاته رغم الانخفاض العالمي. ففي قطاع الاتصالات ارتفع اجمالي الاستثمار من 15 مليار دولار العام 1990 الى نحو 25 ملياراً العام 1998 ونحو 34 ملياراً العام 2000 بمعدل زيادة قدرها 7 في المئة سنوياً.

ويضيف التقرير الذي اعدته المجموعة المالية "هيرمس" ان الزيادة السكانية في الدول العربية حالت دون ارتفاع متوسط حصة الفرد من الاستثمارات بذات المستوى حيث ارتفع من 75 دولارا للفرد العام 1991 الى نحو 115 دولاراً العام 2000.

وتفاوت حجم الاستثمار بين دولة واخرى حيث جاءت الامارات العربية المتحدة والبحرين في المرتبة الاولى بمتوسط 100 دولار لكل مواطن بينما وصل متوسط الاستثمار لكل مواطن في الدول الصناعية الى نحو 90 دولاراً سنوياً.

وأورد التقرير أن من بين الدول التي ستطرح جزءاً من اسهم الاتصالات الحكومية في أسواق المال المحلية والعالمية هي مصر ولبنان والمغرب. كذلك هناك دول أعلنت عن فتح مجال لتراخيص اضافية جديدة لتقديم الاتصالات النقالة وكبائن الاتصال.

مشاريع اتصالات دولية

وذكر التقرير مجموعة من مشاريع الاتصالات العالمية التي دخلت فيها الدول العربية ومنها الكيبل البحري FLAG الذي دخل الخدمة العام 1998 بمشاركة كل من السعودية، الامارات والاردن ويتكون من كيبل الياف بطول 27 الف كيلومتر يبدأ من انكلترا ويمر عبر المحيط الهندي والبحرين المتوسط والاحمر وينتهي في اليابان. وتبلغ كلفة هذا الكيبل 2 مليار دولار وسعته 600 الف دائرة هاتفية.

كذلك أورد التقرير مشروع الكيبل "سيمويه 3" الذي يشارك فيه كل من مصر والمغرب وجيبوتي وتبلغ كلفته 13 مليار دولار وسعته 250 الف قناة هاتفية. ودخل هذا الكيبل في الخدمة العام 1999 ويتجاوز طوله 37 الف كيلومتر حيث يبدأ من المانيا وينتهي في سنغافورة.

انخفاض الايرادات

وحذّر التقرير من انخفاض حاد في ايرادات شركات الاتصالات العربية خلال السنوات القليلة المقبلة بسبب الضغوط التي تواجهها لخفض رسوم المكالمات الدولية التي تستحوذ على نحو 45 في المئة من الايرادات التي تحققها شركات الاتصالات العربية مقابل 10 في المئة للمتوسط لدى شركات الاتصالات العالمية.

وتأتي الضغوط بشكل اساسي من منظمة الاتصالات الفيدرالية الاميركية التي تسعى لخفض رسوم كلفة الاتصالات الدولية المقدمة من شركات الاتصالات بالدول العربية والتي تستخدم شبكات الشركات الاميركية المسيطرة على هذه السوق.

من ناحية أخرى، فإن شركات الاتصالات العربية تفرض رسوما تتروا ح ما بين 65 و 88 سنتاً أميركياً للدقيقة بينما تسعى منظمة الاتصالات الفيدرالية الاميركية الى خفض هذه الرسوم الى حدود 29 سنتاً. وأشار التقرير الى ان اعتماد عدد كبير من مؤسسات الاتصالات في الدول العربية على ايرادات الاتصالات الدولية يشكل خطورة كبيرة خصوصاً في ضوء التوقعات التي تؤكد تراجع تلك الايرادات خلال الاعوام المقبلة. ويعود احتمال الانخفاض الى انتشار استخدام شبكة الانترنت وخدمة Call Back.

شركة صينية تركّب شبكة النقّال في العراق

يبدو ان قطاع الاتصالات العراقي سيشهد تطوراً قريباً مع دخول شركة صينية الى السوق لتركيب ما سيشكل اول شبكة هاتف نقال عراقية لقاء 28 مليون دولار بعد موافقة مبدئية من الامم المتحدة في ايار/مايو الفائت. ونقلت مجلة الاتحاد عن مسؤول عراقي تأكيده بدء تنفيذ المشروع من قبل الصينيين.

وعن وضع الاتصالات العراقي تقول تقارير اصدرتها Pyramid Research ان حرب الخليج الثانية قد اثرت بشكل سلبي جداً على وضع البنية التحتية للاتصالات العراقية وانخفضت بالتالي خطوط الاتصال من 5,6 في المئة لكل 100 عراقي العام 1990 الى 3,3 في المئة العام 1998 و 3 في المئة العام 2001.

اوراسكوم تفوز برخصة النقال الثانية في الجزائر

فازت اوراسكوم تيليكوم بالرخصة الثانية لتشغيل شبكة الهاتف النقال في الجزائر لمدة 15 سنة لقاء 737 مليون دولار على ان يدفع نصف المبلغ قبل تشرين الثاني 2002. وستتولى بذلك اوراسكوم تركيب الشبكة في البلاد وتشغيلها بحلول شهر آذار/مارس 2002 حيث تتوقع الشركة انفاق نحو 200 مليون دولار حتى نهاية 2003. وكان التنافس قد ارتفع بين "بوجود اورانج" (قدمت 422 مليون دولار) و تيليفونيكا الاسبانية وتيليكوم البرتغالية قبل ان يرسي العقد عند اوراسكوم.

ويضم العقد الى جانب "اوراسكوم تيليكوم الجزائر" (تشارك اوراسكوم بنحو 51 في المئة من الاسهم) طرفاً آخر لم يعلن بعد عن اسمه.

جامعة للتكنولوجيا في مصر

وقّع مؤخراً بروتوكول بين مصر وشركة لم يعلن عن اسمها لانشاء جامعة متخصصة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مصر حيث ستعمل على تقديم المواد المتخصصة والحديثة للطلاب المصريين.



السويد: دور متقدم في تكنولوجيا المعلومات

إيفا ديوق – ستوكهولم

تضم السويد نحو 9 ملايين نسمة موزعين على 450 ألف كيلومتر مربع بينها 100 ألف كيلومتر.. بحيرات! الا انها جذبت عشرات مليارات الدولارات كإستثمارات في رحلة يديرها شعب، متوسط عمر مواطنيه 64 عاماً.

لا تختلف السويد عن جاراتها الأوروبيات سوى بمجموعة مميزات تتعلّق بالمساحة والديموغرافيا والموارد، الا ان ذلك يضعها في اعلى لائحة الدول المرغوب في الهجرة اليها عالمياً. فهي منطقة آمنة تمتلك مصادر وموارد تكفي سكانها وفيها من التنوع العرقي ما يعطيها نكهة آرية – سامية مدمجة من مصادر ايرانية وفنلندية وعراقية على تشكيلة نمساوية، تركية، فنلندية اضافة لليوغسلاف الذين يشكلون ثاني اكبر مجموعة أجنبية فيها.

وربما يعتبر هذا التنوّع السكاني إحدى ركائز التطور الموجود حالياً في قطاع تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في السويد، اذ ان المتخصصين الاجانب يعملون ضمن شركات التكنولوجيا المتطورة فيها.

تكنولوجيا المعلومات

وما يدلّ على مدى نمو قطاع تكنولوجيا المعلومات السويدي المراكز التي تحتلها السويد عالمياً في لائحة اول 10 بلدان، الصادرة العام 2000، حيث تأتي في المرتبة الاولى وبعدها الولايات المتحدة وفنلندا والنروج ...

والمعلومات بقدر ما تفاجىء البعض، الا انها تدل على ضعف الاعلام السويدي في ايصال اخبار تطور تكنولوجيا المعلومات فيها الى العالم. وتصنيف السويد قبل الولايات المتحدة حسب IDC 2000 World Times Index Survey) يؤشر الى مدى مركزية الدور الذي تلعبه في الدول السكندينافية وسط اوروبا والعالم.

والريادة السويدية لا تقتصر على كونها الاولى في تكنولوجيا المعلومات، بل أيضاً في مجال الابحاث والتنمية. فالمصادر تشير أيضاً إلى ان هذا البلد يحتل المركز الاول في الابحاث والتنمية نسبة للناتج المحلي وتأتي بعده دول مثل فنلندا وفرنسا والمانيا... وتقول مصادر المعلومات السويدية ان انفاقها على البحوث والتنمية، جعل شركات عالمية تأتي اليها وتستخدمها كمركز لاطلاق اعمالها المختلفة.

في مجال البرامج

شكّل مجال تحضير البرامج المعلوماتية السويدي منذ انطلاقته الاولى قطاعاً واعداً، فقد ساهم الطلب المرتفع على البرمجيات السويدية حافزا لازدياد الشركات ونمو اعمالها ضمن التالي:

1 – تطبيقات الاعمال الالكترونية e-business Applications.

2 – الانظمة المالية Financial Systems.

3 – التطبيقات الامنية Security.

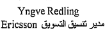
وتعتبر Intentia Internatonal وIFS وIBS من الشركات التي تتميز عالمياً في تأمين دراسات ومخططات لموارد الشركات وهي مع باقي الشركات تبني السمعة السويدية العالمية في مجال البرامج. ويعد النمو المرتفع لهذه الصناعة من الاعلى داخلياً وعالمياً حيث يوجد نحو 600 شركة برامج سويدية ضاعفت مبيعاتها خلال العامين الاخيرين. وفي العام 1998 شهد قطاع البرمجيات نمواً وصل إلى حدود 40 في المئة بسبب المبيعات المتزايدة للشركات السويدية في العالم. وتضيف التقارير ان في السويد شركات عابرة للقارات Multinational اكثر من اي بلد آخر . ومن هذه الشركات :

ABB, AstraZeneca, Electrolux, Ericsson, IKea, Pharmacia & Upjohn, Stora Enson, Volvo.

وبسبب وجود هذه الشركات، نشأت اعمال صناعة البرمجيات وتطورت بسرعة قياسية لأن الشركات التي طلبت البرامج لا يمكن ان تعتمد على قطاع بطيء كونها تحتاج إلى البرامج المتطورة بسرعة قياسية وبنوعية عالية جداً. وقد احتاجت الشركات السويدية إلى البرامج لأنها وعت أهمية التحول إلى الأنظمة الإلكترونية والاتمتة الشاملة لكي تنافس عالمياً في السلع والخدمات المختلفة.

الإستشارات

وفي مجال الاستشارات قامت في السنوات الماضية العديد من الشركات المختصة في هذا المجال بمواكبة النمو الكبير للشركات المتحولة الى القطاع الرقمي. واضافة الى ذلك نجحت هذه الشركات في جذب رساميل كبيرة الى السوق السويدية.

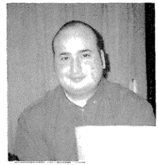
Yngve Redling
مدير تنسيق التسويق Ericsson



Jan Smolarski تزويد خدمات التطبيقات في
شركة .Finansiom AB



Hans Gronwall
مجلس التجارة السويدي



فادي فرعون نائب الرئيس الأول للمبيعات في
شركة Melody Interactive Solutions

ويعمل لدى اكبر هذه الشركات حالياً نحو ألف موظف مع تزايد يراوح ما بين 50 و 100 في المئة سنوياً. وتبعاً لهذه التطورات، حصلت تغيرات كبيرة مؤخراً في مجمل السوق حيث حصلت اعادة هيكلة شاملة لنحو 500 شركة من هذا النوع، فتمت اندماجات وعمليات شراء نتيجة توسع السوق وتضخم الاعمال. فالمشاريع الكبرى احتاجت إلى شركات اكبر وبالتالي كانت الاندماجات ضرورية للإرتقاء في مستوى الأعمال.

وطاولت الاندماجات أحياناً شركات من اختصاصات مختلفة، فمثلاً الشركة التي كانت تعمل في اطار التصميم الشبكي اندمجت مع الشركة التي تتخصص في الحلول الشبكية والأثنان يمكن ان يندمجا مع شركة تؤمن الحلول الشبكية الخاصة بالاعمال.

الاتصالات

تستثمر السويد في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات نسبة للناتج القومي أكثر من اي بلد آخر، وتصل نسبة الاستثمار الى نحو 7,72 في المئة وتأتي اعلى من النسبة في الولايات المتحدة الأميركية (7,29 في المئة) وذلك اعتماداً على معلومات مرصد تكنولوجيا المعلومات الاوروبي EITO (European Information Technology Observatory). كذلك فالسويد تأتي الاولى في الإستثمار ضمن المعرفة Knowledge والثقافة والتدريب والبحوث والتنمية حسب معلوماتOECD. وكنتيجة لذلك فقد اصبحت واحدة من اكثر البلدان حداثة على المستوى التكنولوجي.

فخطوط الهاتف الثابت والجوال المنتشرة، تشمل نسبة تعتبر الثانية عالمياً بعد النروج التي تحتل المركز الاول مع ما يزيد عن ألف خط ثابت ونقّال لكل ألف مواطن والمصدر هو اتحاد الاتصالات الدولي. اما اجهزة الكمبيوتر، فتصل نسبتها في المنازل الى نحو 70 في المئة مع وجود اكثر من 40 شركة مشغّلة للاتصالات النقّالة، وتملك Telia الحصة الاكبر من عدد الخطوط العاملة.

ويدور التنافس حالياً لتزويد السوق بمجموعة متنوعة من وسائل الاتصال بينها شبكات الاتصالات عبر خطوط الالياف البصرية وكابل المحطات التلفزيونية وشبكة اتصالات معلوماتية لاسلكية.

منطقة الاعمال الإلكترونية الأوروبية

تعتبر سكنديناڤيا المنطقة الاكثر تطوراً في مجال التجارة الالكترونية. حيث تحتل السويد فيها مركزاً مهماً في تطوير الخدمات والحلول من خلال شركاتها المتزايدة في هذا الحقل. وتقول بعض الدراسات ان البلدان السكندينافية (النروج، السويد، فنلندا والدنمارك) تمتلك الحظ الاكبر أوروبياً لاتخاذ موقع الريادة في التجارة الإلكترونية.

فشركات مثل فاينسيوم Finansium المتخصصة في الحلول المالية اثبتت انطلاقاً من السويد انها، كزميلاتها قادرة على التطور نحو العالمية عبر حلولها ذات المقاييس الدولية. وهذه الشركة تقدم حلول الاعمال الالكترونية B2B عبر الاتصالات السلكية واللاسلكية، وتستهدف الشركات المالية والخاصة بالاتصالات ومواقع الانترنت الكبرى.

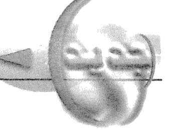
أما شركة SAMSTOCK فتعتبر ان التغيير الذي يشكل تحدياً، يمكن استغلاله كفرصة اقتصادية مميزة اذا تمّ اتباع الخطوات الصحيحة للقيام بذلك. وفي هذا المضمار تعمل الشركة، حيث توفر الحلول للشركات المالية على اختلافها، عبر باقة من البرامج الجاهزة لادارة العمليات وتنظيم المحفظات المالية والتعامل مع الزبائن...

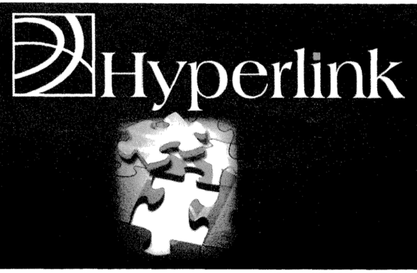
وفي مجال تزويد الحلول الشبكية تشتهر شركة MELODY التي تقدم لمشغّلي شبكات النقّال ومزودي خدمات الانترنت وشركات المواقع، مجموعة كبيرة من تطبيقات الانترنت النقّالة لتنظيم اتصالات الزبائن بمزودي الحلول، وتزود هذه الشركة زبائنها بالحلول سواء منها او من شركائها.

ومن أشهر الشركات السويدية تأتي Ericsson التي تُعد من أهم الشركات العالمية في مجال الهواتف النقّالة وأنظمة الإتصالات النقّالة وحلول الاتصالات المختلفة. وتأتي أريكسون الأولى بين اكبر شركات تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات السويدية. ومن اهم ما قدمته الشركة مؤخراً للاسواق العالمية، الإتصالات النقّالة عبر نظام بلوتوث اضافة لما اسمته نظام المنزل الإلكتروني. ■

الشركات الكبرى في السويد

الشركة	عدد الموظفين
Ericsson	44979
Telia	31320
WM-data	6068
TietoEnator(Fin/Swe)	10335
Scribona	1398
Ingram Micro(US)	585
IBM(US)	2555
Siemens(Germany)	2451
Compaq(US)	70
Netcom	1052
Hewlett-Packard(US)	506
Microsoft(US)	421
Cap Gemini(France)	3874
Dell Computers(US)	196





في سوق مليئة بالتحديات

هايبرلنك : توسّع ناجح فرض نفسه

في غمرة التطور الهائل الذي شهده عالم تقنية المعلومات، والفورة في الإقتصاد الرقمي الجديد، ظهر على خريطة الأعمال في المنطقة العربية العديد من الشركات والأسماء التي ولدت نتيجة لهذه الطفرة في احتياجات الإقتصاد إلى سدّ فجوات أوجدتها التغيرات في نظام الإقتصاد العالمي في كثير من الأصعدة. ولكن العديد من تلك الشركات والمشاريع ما لبث أن اختفى من دون أن يثير ولو جزءاً من الضجة التي رافقت ظهوره، وبالتالي لم يثبت في امتحان مواجهة السوق المتنامية سوى مجموعة من الشركات التي ارتكزت أساساً على خبرات متراكمة في هذا المجال، بالإضافة إلى الإعتماد على كفاءات عالية.

ولعلّ أقرب الأمثلة على تلك الشركات التي استطاعت أن تحجز لنفسها موقعاً بين اللاعبين الكبار في سوق تقنية المعلومات، شركة هايبرلنك والتي تأسّست كشركة أعمال عربية بين لبنان والإمارات، ومتخصصة في مجال الاستشارات وتوفير حلول تقنية الأعمال المتكاملة في منطقة الشرق الأوسط.

واستطاعت هايبرلنك أن تبني شراكات ناجحة مع كبرى شركات تزويد الحلول التقنية في العالم ومن أهمها أوراكل، حيث اعتمدت هايبرلنك في تطبيقات المشاريع التي نفذّتها على العديد من الحلول العملية التي توّفرها أوراكل لدعم قواعد البيانات وحلول الأعمال الإلكترونية سواء على صعيد الشبكات أو الإنترنت، أو الحلول المتخصصة للأعمال المحاسبية والموارد البشرية وإدارة علاقات العملاء.

مقوّمات النجاح

والملفت للنظر، ذلك الإهتمام الذي توليه هايبرلنك للشمولية خلال اعتمادها أياً من الحلول مشاريعها، وعلى المدى البعيد حيث تراعي وبصرامة شروط التوسّع والترقية في النظم التي تمّ استخدامها وتطويرها. وتتجلى فلسفة هايبرلنك في جوهر أعمالها على أربع نقاط رئيسية:

1 – **فريق استشاري كفوء**، حيث تعتمد على نخبة الكفاءات المؤهلة لدراسة وتقييم الحلول المناسبة لأي من المشاريع التي تنفّذها، وترتكز فلسفتها على عامل التميز في أسواق المنطقة من خلال الكفاءات العالية التي تدير فريق عملها.

2 – **شراكات ستراتيجية**، رأت هايبرلنك منذ بداية مشوارها في سوق الشرق الأوسط، أن مفتاح النمو يكمن في عقد شراكات قوية مع حلفاء متميزين، وكانت أوراكل واحدة من أهم شركاء أعمال هايبرلنك، حيث اعتمدت تطبيقات الحلول من أوراكل وقامت بتطويرها الحلول بما يناسب خصوصية المنطقة. وقد تمّ إدراج هايبرلنك كشريك فعّال في منطقة الشرق الأوسط في التقرير السنوي لشركة أوراكل لعامي 1998/1999.

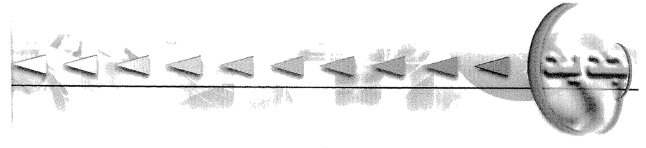
3– مقاييس معتمدة ومنهجية في العمل، تؤمن هايبرلنك بأن اعتماد مقاييس ثابتة في منهجية الأعمال يضمن توفير حلول تتميز بجودتها العالية، بالإضافة الى ذلك فإن هايبرلنك حالياً بصدد إنشاء نظام إدارة وتوثيق معايير إدارة الجودة، يرتكز على معايير قياسية في خطوات تنفيذ الأعمال، وذلك للتحكم بجودة المنتجات والخدمات التي تقدّمها.

4 – **الخبرة في أسواق المنطقة**، تميّز هايبرلنك نفسها عن الإستشاريين العالميين المتواجدين في المنطقة، بأنها تمتلك معرفة واسعة بطبيعة أسواق المنطقة، حيث تمرّس خبراؤها بطبيعة السوق مع العلم أن منطقة الشرق الأوسط هي البيئة المثالية التي وجدت فيها هايبرلنك أصلاً.

ويشير أحد مسؤولي هايبرلنك الى طبيعة السوق والنمو المتسارع لها بقوله: "تتحدد حصة أي شركة في السوق قياسياً بمدى الكفاءات المتوفرة لديها، والرؤية الواضحة للسوق، إضافة الى القدرة التنافسية، وهدفنا في هايبرلنك جعل الشركات تُحدث نظمها وفقاً لمتطلبات التطور الذي تشهده صناعة تقنية المعلومات في هذه المرحلة، هذا التطوير يضمن لتلك المؤسسات عائداً أفضل، وإنتاجاً أكثر بالإضافة الى توظيف النظم الحديثة لخدمة الأعمال".

منتجات وحلول

تتنوّع الحلول والخدمات التي توفّرها هايبرلنك لأسواق المنطقة، وتتلخص في



تزويد حلول متكاملة في مختلف قطاعات الأعمال مثل النظم المالية، نظم إدارة الموارد البشرية HRMS ونظم معالجة الإنتاج، والتحكم بالتوزيع، وأنظمة إدارة علاقات العملاء CRM، وبالإضافة الى تطوير وتثبيت الأنظمة والحلول، تقوم هايبرلنك بحلول الترقية للأنظمة والشبكات، كما تعتبر مركزاً معتمداً للتدريب على برمجيات أوراكل في كافة تطبيقات الأعمال التي تنفذها هايبرلنك وكذلك حلول تطوير نماذج الأعمال والعديد من الحلول والمنتجات الأخرى التي يتم إعدادها حسب طبيعة المؤسسة التي ستستخدمها.

وقد شهدت الشركة تطوراً ملحوظاً في الأداء انعكس على المبيعات والأرباح متزامناً مع التطور الهائل الذي تشهده أسواق المنطقة بشكل عام. وتنفّذ هايبرلنك حالياً العديد من المشاريع الضخمة لكبرى شركات الاتصالات في المنطقة والشركات التجارية، منها على سبيل المثال مجموعة حلول أنظمة لمجموعة شركات الفهيم في دولة الإمارات العربية المتحدة، تمثّلت في نظم الإدارة المالية، التوزيع، الربط بالنظام الخاص المتبع لدى شركة مرسيدس، إدارة أعمال وكالات السيارات والصيانة. وبلغت قيمة المشروع 3,5 ملايين دولار. وكذلك تنفّذ مشروعاً مشتركاً مع شركة "ديلويت اند توش" بلغت قيمته 3 ملايين درهم سيتمّ تنفيذه لمؤسسة "اتصالات" الإماراتية، إضافة الى العديد من المشاريع الكبرى على صعيد دول الخليج والشرق الأوسط فضلاً عن قائمة من الزبائن تتضمن أسماء لامعة مثل: شركة قطر للكهرباء والماء، إم بي للبترول في عمان، ومؤخراً سلطة المنطقة الحرة للإعلام والتكنولوجيا في دبي، حيث وقّعت مع هايبرلنك اتفاقية لتنفيذ تطبيقات خطط موارد المشاريع (Planning Application) Resource وستقوم هايبرلنك وفقاً للاتفاقية باعتماد تقنيات أوراكل فايننشال الحديثة وهي مصمّمة لدعم البنى التحتية المالية لسلطة المنطقة الحرة للإعلام والتكنولجيا وأقسامها الخمسة.

إنجازات وتفوّق

حازت هايبرلنك على العديد من الجوائز لتميّز خدماتها وتفوّقها في العديد من المجالات، ومنها:

1 – المرتبة الأولى في مجال تطبيقات أوراكل الرئيسية في منطقة الشرق الأوسط.

2 – المرتبة الأولى في مجال تطبيقات أوراكل لإدارة الموارد البشرية باللغتين العربية والإنكليزية.

3 – أسرع شركة في تطبيقات أوراكل 11i حول العالم.

4 – المرتبة الأولى في مجال توطين(Localisation) تطبيقات أوراكل 11i لإدارة الموارد البشرية في الشرق الأوسط.

5 – الشريك الوحيد المعتمد لـ"أوراكل" في مجال التدريب على تطبيقات أوراكل التعليمية في منطقة الشرق الأوسط.

وعاماً بعد عام تخطو هايبرلنك لتواكب إيقاع التطور الذي تشهده المنطقة على صعيد التجارة الإلكترونية، وخدمات الإنترنت والشبكات المتطورة، ولتكون بذلك من أوائل الشركات العربية التي تصدر حلولها خارج حدود المنطقة لتصل أوروبا وأفريقيا ولتكسر بذلك القاعدة التي تعارفت عليها أسواق المنطقة ولفترة، بأن الحلول التي تثبت فعاليتها فقط هي الحلول التي تأتي بشكل كامل مستوردة من خارج أسواق المنطقة. ■

تشارك للمرة الرابعة في معرض جيتكس

سورية: إنشاء مدينة "تكنوبوليس" للتكنولوجيا



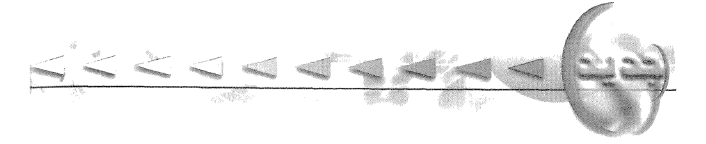
غسان لحام، محافظ دمشق ورئيس الجمعية العلمية السورية

أعلنت الحكومة السورية مؤخراً عزمها على إنشاء مشروع "تكنوبوليس" الذي سيقام ضمن منطقة حرة بالقرب من مدينة حمص وسط سورية على مساحة تتجاوز 100 كلم مربع. وقد خصصت الحكومة السورية ميزانية تصل إلى 6 مليارات دولار لهذا المشروع الذي يُتوقّع أن يستقطب عدداً كبيراً من الطلاب والشركات المحلية والدولية.

من جهة اخرى أعلنت الجمعية العلمية السورية عن تطوير مشاركتها في معرض جيتكس دبي الذي سيقام بين 14 و18 تشرين الأول / أكتوبر المقبل في مركز دبي التجاري العالمي.

وستشرف الجمعية على الجناح السوري في المعرض الذي يضمّ عدداً من كبرى الشركات السورية العاملة في مجال تطوير البرامج والحلول التطبيقية والخدماتية والصناعية. وهذه المشاركة هي الرابعة للمجموعة السورية في معرض "جيتكس دبي" الذي يعد اكبر وأهم معرض لتكنولوجيا المعلومات في المنطقة العربية.

وتطمح سورية لتطوير صناعة تكنولوجيا المعلومات وتسريع عمليات المكننة وإحلال التكنولوجيا في كافة قطاعات الأعمال والدوائر الحكومية. ■



"انسياب":

شراكة مع بيت التمويل الخليجي

أعلن بيت التمويل الخليجي (البنك الاستثماري الذي يتخذ من البحرين مقراً رئيسياً لأعماله) وشركة "انسياب" (المملكة العربية السعودية) عن دخولهما في عقد شراكة ستراتيجية وذلك من أجل توظيف تكنولوجيا المعلومات في العملية التعليمية.

وبموجب هذا العقد، سيقوم بيت التمويل الخليجي بدعم شركة "انسياب" في كافة نشاطات الشركة وبرامجها. ومن أهم البرامج الرئيسية التي يطمح الطرفان لتطويرها هو مشروع الأمير **عبد الله بن عبد العزيز** للحاسب الآلي والذي يهدف إلى توظيف تقنية المعلومات والاتصالات في العملية التعليمية، ويقع هذا المشروع تحت مسمى (وطني).—

وقال رئيس مجلس إدارة بيت التمويل الخليجي د. **العمر** بأن بيت التمويل الخليجي أقدم على هذه الشراكة الستراتيجية وذلك من منطلق إيمانه بما يقدمه مشروع (وطني) من خدمات نبيلة تهدف إلى تطوير التعليم في العالم الإسلامي من خلال اعتماد التكنولوجيا كوسيط حديث.

كما نوّه رئيس مجلس إدارة شركة "انسياب" **رعد المارديني** بهذه الشراكة معتبراً أنها خطوة مهمة لدعم برامج الشركة.

سامسونغ

تفتتح مركز البطاقات الذكية



افتتحت سامسونغ مركزها المتخصص بالبطاقات الذكية في باريس، من أجل تلبية طلبات الزبائن المحليين في قطاع شرائح البطاقات الذكية الذي يشهد ازدهاراً كبيراً وسريعاً في أوروبا.

المركز الجديد سيمهّد الطريق أمام سامسونغ لاختراق الأسواق الأوروبية.

وتعتبر شرائح البطاقات الذكية المكوّن الرئيسي للجيل المقبل من التجارة الإلكترونية، وتشمل التطبيقات أهدافاً تعريفية عامة مثل بطاقات الضمان الصحي وبطاقات التعريف الشخصية الإلكترونية وطرق الدفع الإلكتروني، إضافةً إلى أسواق خاصة مثل وحدة قياس تعريف المشترك (SIM) وهي عبارة عن شريحة بطاقة تستعمل في التجارة الإلكترونية. وتشير توقّعات سوق هذه البطاقات إلى نمو سنوي عالمي يبلغ 40 في المئة حتى العام 2002.

اوراكل

نشاط متوسع ضمن المنطقة

يتزايد عمل اوراكل في المنطقة من خلال اتفاقاتها مع الشركات ومشاركتها في المعارض وعقودها الجديدة. فمؤخراً أعلنت الشركة عن بدء شركة التأمين الخليجية GIC بالعمل على الانترنت اعتماداً على تكنولوجيا اوراكل للشبكات وبشكل خاص ضمن ستراتيجية اوراكل للأعمال الالكترونية. واضافت الشركة ان GIC تستخدم PREMIA كأداة اساسية لعملها الالكتروني.

وشركة GIC تعمل في حقل التأمين مقدمة مجموعة من خدمات التأمين التي تبدأ بالتأمين على الحياة وتصل الى التأمين البحري، ولذلك فهي احتاجت لنظام الكتروني يؤمن لها الاتصال الداخلي الكترونياً الى جانب تخصيص مدخل لزبائنها يبقى آمناً ويمكن الاتكال عليه.

... وتدخل تقنيات الصوت في منتجاتها

الى ذلك قالت اوراكل انها ستبدأ بادخال نظام الصوت في مختلف حلولها وكامل التكنولوجيا التي تقدمها مع سائر تطبيقاتها الالكترونية. وكبداية سيكون الخادم "Oracle Server 9/AS" أول منتج تدخل اليه تقنيات الصوت. وسيسمح هذا الامر للمطورين اعتماد اوراكل لانشاء تطبيقات تتضمن خدمات وحلول الصوت في منصات العمل والتطبيقات..

... وتشارك في جيتكس

اما في جيتكس دبي 2001 فستقوم اوراكل باستعراض اساليبها الجديدة في إطار منتجاتها التي تهدف إلى "القضاء على التعقيد" War on Complexity ويأتي في الطليعة برنامج Oracle Open World.

وتقول الشركة ان أمام شركات المنطقة حلّين، أما قضاء الوقت وصرف المال في محاولة دمج الخدمات وملاءمة البرامج في انظمة البرامج الالكترونية لتحقيق نظام خاص بها، او يمكنها الاعتماد لمرة واحدة ونهائية على تكنولوجيا اوراكل.

ألكاتيل

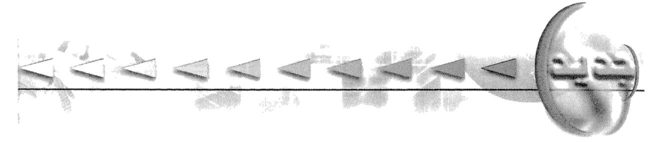
ALCATEL

تربح صفقات في العراق

من المقرر ان تركّب الكاتيل محطة اتصالات ارضية في العراق السنة المقبلة بعدما وافقت الامم المتحدة على المشروع المقدر بنحو 7 ملايين دولار.

وقالت صحيفة الاتحاد التي اوردت الخبر ان المحطة الارضية المكونة من 75 قناة ستحسّن المكالمات الهاتفية الدولية في العراق، واضافت ان هذا الاتفاق هو واحد من مجموعة اتفاقات مع شركات ستنفذ مشاريع في العراق بينها ساغيم Sagem .

الامم المتحدة قالت ان نحو 120 مليون دولار ستصرف على الاتصالات ضمن اتفاق النفط مقابل الغذاء. يذكر ان الامم المتحدة



رفضت مجموعة مشاريع تتعلق بتطوير قطاع الاتصالات العراقي قيمتها نحو 84 مليون دولار.

Walsall Security

تقدم طوابع ذاتية الالتصاق



الطوابع الذاتية الالتصاق

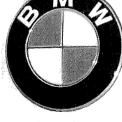
ساعد الاستثمار في استعمال أحدث ما توصلت اليه تكنولوجيا المعدات، شركة بريطانية في ان تصبح واحدة من اكثر الشركات المنتجة المتقدمة تقنياً للطوابع الذاتية الالتصاق في العالم. ويمكن انتاج هذه الطوابع على شكل صحائف أو كتيبات أو بأشكال متعددة اخرى.

شركة "والسول سيكوريتي برنترز" قامت بانتاج هذا النوع من الطوابع وهي تسعى لتسويقها عالمياً الى جانب مجموعة منتجات أخرى.

موتورولا

تنفّذ مشروع لـ BMW

MOTOROLA



BMW و موتورولا

أعلنت موتورولا مؤخراً انها ابرمت عقداً مع شركة BMW تقوم بموجبه بتطوير حلول عالمية للاتصالات الالكترونية تتوافق مع كافة سيارات BMW. وتتوقع موتورولا ان تصل قيمة العقد لنحو "مئات عدة من ملايين الدولارات" ما يشكل فرصة للشركتين للاستثمار والربح.

BT wireless

تستعرض الجيل الثالث للمحمول

خطت Btwireless خطوة جديدة نحو تأسيس الجيل الثالث للهاتف النقال في جزر الانسان Isle of Man وذلك من خلال العرض الجماهيري الحي الذي قدمته لخدمة الهاتف المرئي "Mobile Video-Telephony". فقد اعلنت Btwireless عبر شركة Manx Telecom التي تمتلكها، عن قيامها علنياً بأول اتصال هاتفي مرئي.

ويعتبر هذا الاستعراض من الخطوات التي تعزز الثقة في هذا المشروع بعد الأزمات التي لحقت به أوروبياً، خصوصاً وانه تم في مكان مفتوح وحقيقي وأمام الجمهور.

غيتواي

تعقد مؤتمراً لموزعيها



في إطار تنسيقها الدائم مع موزعيها اقامت غيتواي المتخصصة في صناعة أجهزة الكمبيوتر مؤتمراً لتدريب الموزعين لثلاثة ايام في قبرص، تمّ خلاله توزيع المكافآت عليهم.

وأعلن خلال المؤتمر عن نتائج غيتواي للنصف الاول من السنة، ثم عرضت ستراتيجية الشركة اضافة لمجموعة منتجات مثل غيتواي سولو 9500 وبروفايل 3 والطراز الجديد GP6.

وقالت **لينيا اياكوفيديس** مديرة غيتواي لمنطقة جنوب شرق أوروبا والشرق الاوسط وافريقيا: "ان هدفنا الرئيسي هو العمل مع الموزعين في اطار ستراتيجية متفق عليها للاشهر الستة المقبلة".

سيمنز

توقّع اتفاقاً مع اوراسكوم

SIEMENS

وقّعت سيمنز اتفاقية شراء عالمية مع اوراسكوم تيليكوم لبناء وتوسيع شبكات نظام GSM للهواتف النقالة في مصر. وسيعزّز العقد الذي تبلغ مدته 3 سنوات مكانة مجموعة سيمنز للمعلومات والاتصالات المتنقلة IC Mobile كأحد المزودين الرئيسيين لـ"أوراسكوم تيليكوم". يذكر ان حجم الاستثمار السنوي لـ"أوراسكوم تيليكوم" يزيد عن 600 مليون يورو. ■





شاهين يتسلّم الجائزة من رئيس المنظمة الدولية للإعلان جان كلود بولس وبدا بينهما الوزير ميشال موسى

"السعودية": جائزة المعلن الصديق للبيئة

تسلّم **عبد العزيز عبد الحميد شاهين** كبير مدراء الاتصالات التسويقية في "السعودية" جائزة المعلن الصديق للبيئة نظير مشاركة الشركة في عدد من الإعلانات المبتكرة التي تدعو إلى أهمية وضرورة الحفاظ على البيئة. وقد هدفت "السعودية" إلى جعل الأجواء نقية من خلال الاستثمار في الأسطول الجوي المتطور والأحدث تقنية.

جاء تسليم الجائزة في حفل نظّمته مجلة البيئة والتنمية في بيروت برعاية رئيس مجلس الوزراء **رفيق الحريري** وحضور وزير البيئة **ميشال موسى** وحشد من الرسميين والفعاليات.



"السعودية" تستكمل أسطولها من الـ "بوينغ"

أصبحت الخطوط الجوية السعودية رابع أكبر شركة طيران في العالم تشغل طائرات بوينغ طراز 777، بعد أن استكملت أسطولها الجوي باستلامها طائرة الـ بوينغ الرقم 23 طراز 777 مباشرة من سياتل إلى جدّه.

وهذه الصفقة تعدّ الأكبر التي تقوم بها شركة طائرات غير أميركية، إذ استغرقت عملية تسليم طائرات الـ بوينغ للأسطول الجوي السعودي وعددها 61، ثلاث سنوات ونصف السنة، وبلغت قيمتها 7,2 مليارات دولار.

دوغ غروسكلوز نائب الرئيس لشؤون المبيعات العالمية لطائرات بوينغ التجارية قال: "إن استكمال عملية تسليم هذا العدد الكبير من الطائرات يشكّل ولادة أحدث أسطول جوي...". وأضاف: "إن أحد الأسباب الرئيسية وراء نجاح طائرة الـ بوينغ 777 هو استماع وتلقّي شركة الـ بوينغ لمقترحات عملائها من خلال برنامجها "نعمل معاً" ثم استخدام خبرتها التقنية في تصميم الطائرة بناءً على هذه الاستنتاجات. وتعدّ هذه الطائرة الأحدث على المستوى التقني، كما أنها توفّر أعلى مستوى من الراحة والاعتمادية، وفي الوقت نفسه تقلّص من وقت السفر وتكاليفه".

وتتبوأ طائرة بوينغ 777 الصدارة من ناحية مواجهة التأخيرات الناجمة عن الأعطال الميكانيكية، إلغاء الرحلات وتحويل المسارات وعمليات الرجوع إلى محطات الانطلاق، إذ أن ميزتها الاعتمادية تنبع من إمكاناتها المعتمدة على أحدث التصميمات الرقمية وأنظمة الاختبار الشاملة مع محركين نفاثين.



دلتا: طائرة لمنظمة المشفى الطائر

منحت خطوط دلتا الجوية منظمة المشفى الطائر الخيرية طائرة من طراز لوكهيد أل–1011 العريضة الهيكل بعد أن تمّت إعادة تصميمها بالكامل ليتمكّن الطاقم الطبي على متنها من إجراء العمليات الجراحية للمرضى في كافة أنحاء العالم، فضلاً عن توفير العلاج السني وتشخيص الأمراض والخدمات الجراحية، إضافةً لإجراء المؤتمرات والندوات للأطباء.

وقال **مايك يونغ** نائب رئيس دلتا للشؤون الاجتماعية أن دلتا تلتزم دائماً بتوفير الموارد الخاصة الهادفة إلى تحسين الوضع الصحي للجميع في أنحاء العالم. وما خطوة التبرّع بطائرة لوكهيد سوى تجسيد عملي لهذه الرسالة النبيلة.

من جهته قال **والتر فريحة** الرئيس التنفيذي لمنظمة المشفى الطائر أن هدية دلتا المتمثّلة بالطائرة والمحركات الإضافية وقطع الغيار تضمن قيام المنظمة بتوسيع نطاق خدماتها.

طائرة بوينغ 777: أفضل مقصورة

وفّرت طائرات بوينغ 777 للرحلات الطويلة أقصى درجات الراحة للمسافرين من خلال زيادة نسب المساحة سواء في ممرات الطائرة أو في المساحة بين المقاعد. وتمّ تصنيع طائرة أوسع بـ 29,5 بوصة من منافستها، ما جعلها الأكثر رحابة في فئتها.

ويصل عرض المقعد في درجة رجال الأعمال 20 بوصة، أي حجم مقاعد الدرجة الأولى نفسه في معظم الطائرات المنافسة، بينما يصل عرض مقاعد الدرجة الأولى إلى 21 بوصة (العرض نفسه في طائرة 747).

كما أن جميع طرازات الـ بوينغ تمتاز بمقصورات فريدة ذات جدران عمودية تفوق عموديتها ارتفاع المقاعد. كذلك انفردت الطائرة بتصميم مخازن فوق كل مقعد والاستفادة القصوى من استخدامها لأفضل تخزين مع مراعاة المحافظة على المقصورة المريحة. وتوفر هذه المخازن حجماً هو ضعف ما يمكن تخزينه في طراز A330/340.

وفي العام 1992 حصلت مقصورة بوينغ على لقب الإمتياز من قبل مصممي الصناعة الأميركية. وفي استبيان جرى العام 1999 وشارك فيه 5732 راكباً يسافرون على الرحلات الطويلة، تبيّن أن ثلاثة من بين كل أربعة يفضّلون بوينغ 777.

ألوان جديدة لطائرات "ساس" بفضل "لوفتهانزا تكنيك"



عمال في "لوفتهانزا تكنيك": فحص من نوع (D) على إحدى الطائرات

تسلّمت شركة الخطوط الجوية السكندنافية (SAS) مؤخراً طائرتها رقم 50 من طراز بوينغ MD بعد أن أعيد طلاؤها في ورش شركة "لوفتهانزا تكنيك AG" (Lufthansa Technik AG) بالألوان الجديدة للشركة.

وكانت طائرة "ساس" الأولى، وهي من طراز MD-81، هبطت في هامبورغ لإعادة طلائها على أساس أن لون الجسم أبيض مائل إلى لون الـ "كريم"، والمحركات باللون الأحمر، والذيل باللون الأزرق الداكن" وعليه شعار الشركة.

وقامت "لوفتهانزا تكنيك" AG بهذا العمل بفضل شركاتها المتحالفة المنتشرة في أنحاء العالم خصوصاً ورشة الطلاء في هامبورغ وورشتها في إيرلندا.

وأعرب مدير مشروع الطلاء في "ساس" **كلايس دالشتروم** عن ثقته بأنه يتعامل مع رائد عالمي في مجال طلاء الطائرات. وقال أن المسافات القصيرة بين سكاندنافيا والمانيا وإيرلندا وقدرات "لوفتهانزا تكنيك" تمكننا بأن نعيد طائرتنا إلى الخدمة في وقت قصير جداً.

وكانت شركة "لوفتهانزا تكنيك" قد أجرت عملية طلاء لـ 108 طائرات مختلفة الحجم تراوح بين ATR-42 وبوينغ 400—747.



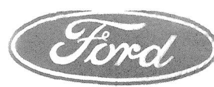
هاريس لوزيدس

"القبرصية" زيادة في الأرباح والركاب

ارتفعت إيرادات الخطوط الجوية القبرصية في العام 2000 إلى 162 مليون جنيه قبرصي مقارنة بمبلغ 147 مليوناً في العام 1999. وزادت حركة الركاب على متن الشركة بنسبة 4،3 في المئة خلال النصف الأول من العام الحالي مقارنة مع الفترة ذاتها من العام الماضي.

وقال رئيس مجلس ادارة الخطوط الجوية القبرصية، **هاريس لوزيدس** للمساهمين خلال الإجتماع السنوي العام في نيقوسيا، أن الشركة مستعدة لمواجهة تحديات التحرر الإقتصادي والمنافسة المتزايدة. وأوضح أنه على الرغم من المنافسة القوية، فمن المتوقع أن ترتفع الإيرادات هذا العام أيضاً.

وقال رئيس "القبرصية" للخليج والشرق الأوسط، **ستافروس كبريانو**: "إن الأرقام في الخليج تشير أيضاً إلى إرتفاع في الإيرادات وأعداد الركاب. فهناك العديد من الأمور التي تؤثر في ذلك مثل المجموعة الجديدة والمتعة من الخدمات والأسعار المقبولة لتذاكر السفر وسعر صرف العملة المفضلة في قبرص".





"المجموعة العربية للسيارات": الأفضل خدمة

فازت المجموعة العربية للسيارات، وكلاء فورد ولينكولن وميركوري في الكويت، بلقب "شركة السيارات الأفضل خدمة في الكويت" بناءً على دراسة مستقلة لرضى العملاء، تمّ إجراؤها في الكويت نيابة عن فورد الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

وتعدّ المجموعة بذلك أول وكالة فورد ولينكولن وميركوري تحقق هذه النتيجة في منطقة الشرق الأوسط. وتفوّقت المجموعة العربية للسيارات، وفقاً لنتائج الدراسة، على منافسيها في ما يتعلّق برضى العملاء في جميع فئات الخدمة الثماني، التي شملت أمانة وإخلاص العاملين بالإضافة إلى نوعية وجودة التصليح وجهوزية السيارات في الموعد المحدد.

"نيسان" تفوز بجائزة "النقطة الحمراء"

حازت سيارة نيسان "الميراتينو" على جائزة "النقطة الحمراء" لأفضل تصميم من مركز التصميم في نورث راين ويستفاليا في ألمانيا. وفوز شركة نيسان للمرة الثالثة بهذه الجائزة هو تقدير للتصميم الداخلي المبتكر لـ"الميراتينو".

وجرت العادة في العقود الأربعة الماضية أن يمنح مركز التصميم جائزة "النقطة الحمراء" سنوياً للسيارة التي تتميّز بتصميم منفرد. وفي مسابقة التصميم لهذا العام بلغ عدد المشاركين 877 شركة و378 مصمماً ينتمون إلى 24 دولة وأكثر من 1500 منتج. وكانت نيسان بالميرا المصنّعة في إسبانيا هي السيارة الفائزة في فئة "المساحة العمومية والنقل"، وهذا الأمر ليس بالجديد على نيسان التي فازت مرتين قبلاً.





فريلاندر: سيارة العام

فازت سيارة "فريلاندر" من لاندروفر بجائزة سيارة الشرق الأوسط لهذا العام عن فئة سيارات الدفع الرباعي صغيرة الحجم وذلك في مسابقة سيارة العام للشرق الأوسط لعام 2001 التي أقيمت في دبي.

وجاء ترشيح "فريلاندر" من قبل 55 ألف شخص ينتمون إلى ما يزيد على عشرة بلدان شرق أوسطية.

وتتميز "فريلاندر" بقدرات واسعة تراوح بين قدرتها على المناورة كسيارة عادية إلى مقدرتها على التعامل مع أشدّ الطرق وعورة بثبات تام، وكل هذا يجعلها لا تُقاوم بالنسبة للراغبين بشراء سيارة مختلفة ومميزة.

باترول 2002 من نيسان

طرحت نيسان الشرق الأوسط نيسان باترول الجديد 2002 في السوق السعودية.

ويتميز باترول الجديد بمحرّكه الحديث التصميم 4800 في تي سي بقوة 280 حصاناً.

وفضلاً عن القوة والأداء المتفوقين والقدرة على الانطلاق في التضاريس، يتمتع باترول بعدد من مقاييس السلامة وسهولة القيادة..

مدير عام التسويق والسيارات في شركة الحمراني المتحدة **أحمد العلي الحمراني** قال أن المميزات الراقية والجودة المنافسة لسيارة نيسان باترول جعلته ينافس أي مركبة أخرى في فئته، مؤكداً على لقب "ملك الصحراء".

أما نائب الرئيس لشؤون الوكيل العام في شركة الحمراني المتحدة، د. **عصام عبد العزيز باناجه** فأشار إلى أن نيسان باترول 2002 سيكون مقدمة لباقة من الموديلات الجديدة التي ستصل خلال الأشهر المقبلة.





هيرتز: أول فرع في أبو ظبي

افتتحت هيرتز الإمارات العربية المتحدة أول فرع لها في أبو ظبي هو الفرع الـ 66 في منطقة الشرق الأوسط والثامن في الإمارات، كما أنه الفرع الـ 31 في المنطقة الذي يتمّ افتتاحه خلال فترة الـ 18 شهراً الماضية.

وتتوقع الشركة أن ينبثق عن أبو ظبي جزء مهم من أعمال تأجير السيارات، حيث تخطط هيرتز لافتتاح المزيد من الفروع في العاصمة الإماراتية.

ويضمّ أسطول هيرتز في أبو ظبي أحدث موديلات السيارات من الاقتصادية إلى الفخمة، فضلاً عن الحافلات و"الفانات" وسيارات الدفع الرباعي.

وقال **نيتين سابري** مدير المبيعات والتسويق في شركة أبناء الفطيم: "يجب أن تساهم أبو ظبي بحصة ملموسة من أعمالنا بعد تطوير عملياتنا".



فورد اكسبيديشن تكسر حاجز المليون

إحتفل مصنع شاحنات شركة فورد للسيارات في ولاية ميشيغان بوصول مبيعات فورد اكسبيديشن العالمية إلى مليون سيارة.

وكانت فورد اكسبيديشن قد فازت أيضاً بجائزة "أفضل سيارة متعددة الأغراض في فئتها من الحجم الكامل" في دراسة جي دي باور وشركاه للجودة المبدئية، فضلاً عن فوزها بمرتبة خمس نجوم مزدوجة في اختبارات التصادم الأمامي التي أجرتها عليها الإدارة الوطنية لسلامة الطرق (NHTSA) في الولايات المتحدة.

هذا وسيتوفر للعائلات في منطقة الشرق الأوسط خلال أشهر معدودة طرازان جديدان معاد تصميمهما كلياً من فورد اكسبلورر وميركوري ماونتينير، يرسّخان معايير جديدة في الراحة والسلامة وتميّز الأداء.



شفروليه كابريس: مبيعات كبيرة

شفروليه تطلق "كابريس رويال"

"كابريس رويال" سيارة جديدة من شفروليه أعلنت شركة جنرال موتورز عن قرب إطلاقها. وتعدّ السيارة طرازاً فخماً من السيارة العائلية الكبيرة. وأكّدت الشركة أن السيارة الجديدة ستدخل صالات العرض لاحقاً هذا العام وستتوافر في سوق الشرق الأوسط بحلول شهر تشرين الثاني/نوفمبر المقبل.

وستكون "رويال" الجديدة الرابعة في عائلة سيارات كابريس، وتأتي بعد النجاح الكبير الذي حققته طرازات إل إس وإل تي زد وإس أس. وستجهّز بمحرك في 8، سعة 5،7 ليترات، ويولّد طاقة تبلغ 345 حصاناً.



A8 Space Frame

اودي تنتج 150 ألف سيارة ألمنيوم

صرّحت شركة اودي انها انتجت حتى الآن 150 ألف سيارة مصنوعة من الألمنيوم منها 93 ألفاً من طراز اودي A8.

يُذكر أن اودي تعمل على أبحاث من شأنها تطوير العمل في مجال إستخدام معدن الألمنيوم منذ أكثر من 16 سنة، وأدى هذا العمل الى نشوء ثورة حقيقية في مجال الوزن الخفيف للسيارات أحدثت تقارباً مع التصميم العصري لآليات اودي ASF التي تجمع ما بين الخفة والمتانة.

وكانت اودي قد أنشأت مركز الألمنيوم بتكلفة قاربت 15 مليون مارك ألماني.



أرامكس: اتفاقات استراتيجية مع 3 شركات طيران

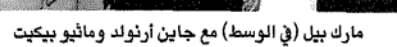
وقعت شركة أرامكس انترناشونال ليمتد (التي يتمّ تداول أسهمها في بورصة ناسداك تحت الرمز ARMX) اتفاقية شراكة استراتيجية مع كل من طيران سيريلانكا وأثيوبيا و"كيه إل أم"، شركة الطيران الهولندي للشحن، لتمثيل هذه الشركات كوكيل مبيعات عامة لشؤون السياحة والشحن في الأسواق الأردنية واللبنانية.

وتتمحور اتفاقية أرامكس مع طيران "كيه إل أم" حول إدارة الشركة لعمليات المبيعات العامة لخدمات الشحن في السوق اللبنانية. أما الاتفاقية مع طيران سيريلانكا فهي تطور لاتفاقيتهما الأساسية في إدارة المبيعات العامة للخطوط السيريلانكية في لبنان، حيث ستعمل كوكيل مبيعات حصري لتذاكر الركاب في الأردن. ووقع اختيار شركة الطيران الأثيوبي على شركة أرامكس لتعمل كوكيل مبيعات عامة لشؤون السفر والشحن في لبنان.

وقال **أسامة فتالة** نائب رئيس شركة أرامكس في أسواق الشرق الأدنى: "أصبح في إمكان أرامكس حالياً توفير خدمات أكثر مرونة في ما يتعلّق بالشحن والنقل وبتكاليف أقل من السابق. ونسعى في أرامكس بشكل دائم لتطوير الخدمات التي نقدّمها لعملائنا، وتتيح مثل هذه الاتفاقيات لنا ولشركات الطيران فرصاً أوفر لتقديم خدمات أفضل".

كما ستمنح الاتفاقية الجديدة المزيد من الفرص لتقديم خدمات أسرع وأكثر دقة مع إيلاء الأولية لنقل الطرود والإرساليات، بالإضافة إلى تقديم خدمات مميزة ودقيقة للمسافرين.

دفعة تعيينات في شركة "تي إن تي"

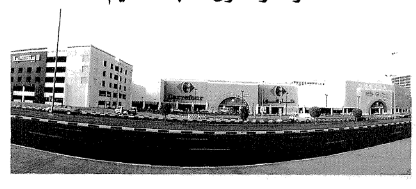

مارك بيل (في الوسط) مع جاين أرنولد وماثيو بيكيت

أعلن المدير العام لشركة "تي إن تي" في الخليج، **مارك بيل**، عن إجراء تعيينات رئيسية عدة لموظفين في الشركة، وذلك إثر توسّع الأعمال في المنطقة.

وتمّ تعيين **ماثيو بيكيت** في منصب المدير المسؤول للحسابات في الإمارات العربية المتحدة. وعُيّنت **جاين أرنولد** مديرة خدمات العملاء في الإمارات العربية المتحدة بينما عُين **برايان مولدز** مديراً للمبيعات في الإمارات، وقد تمّ تعزيز فريق المبيعات في البحرين عبر تعيين البحرينية **بدرية سلمان**.

أما **ستيف باريت**، فتم تعيينه مؤخراً مديراً لعمليات الخليج، وكانت إحدى أولى مهماته عملية النقل الجوي لثلاثة جرّاء نمور ميتّمة من السودان إلى محمية برية في جنوب أفريقيا.

مراكز تسوّق ماجد الفطيم



تمّ ترشيح اثنين من مراكز تسوّق مجموعة ماجد الفطيم (ديرة سيتي سنتر/ دبي والشارقة سيتي سنتر) لجوائز MAXI المقدّمة من الجمعية العالمية لمراكز التسوّق المتمركزة في نيويورك والتي تعتبر الهيئة المرجعية لقطاع التجزئة في العالم.

وكان مركز تسوّق ديرة سيتي سنتر فاز منذ عامين بجائزة "ماكسي"، كما حصل في العام 2000 على جائزة الاستحقاق (Merit Award).

المعرض الدولي العربي الماليزي

أُقيم في العاصمة الماليزية كوالالمبور في الفترة من 28 إلى 30 تموز/ يوليو المعرض الدولي العربي الماليزي الثاني IMAF 2001.

شكّل المعرض فرصة ذهبية لرجال الأعمال العرب الراغبين في الحصول على العديد من الفرص التجارية والاستثمارية.

شارك في المعرض ما يزيد عن 300 شركة في مختلف القطاعات من ماليزيا وبعض الدول الآسيوية، بالإضافة إلى بعض الدول العربية، وذلك بقصد فتح أسواق المنتجات الماليزية في العالم العربي أو فتح أسواق للمنتجات العربية في البلدان الآسيوية.

وغطى IMAF 2001 كافة قاعات أضخم مركز دولي للتسوّق في ماليزيا – الميغامول – وارتاده أكثر من 25 ألف زائر يومياً.

"باطام" التونسية تكرّم موظفيها بسهرة فنية على مسرح قرطاج

تنظّم مجموعة "باطام" التونسية سهرة فنية في مطلع شهر أيلول / سبتمبر الحالي على مسرح قرطاج الأثري تكريماً لموظفيها بعد نشاطات ترفيهية نظّمتها خلال صيف 2001 تخلّلتها مسيرات فولكلورية في عدد من المدن التونسية.

السهرة مجانية للموظفين البالغ عددهم في كل شركات المجموعة نحو 2600 شخص، بما يرفع عدد الحضور مع عائلاتهم الى نحو 10 آلاف شخص، ينضم اليهم أصحاب المؤسسات الصناعية التي تعرض منتجاتها في محلات "باطام" وجميع رؤساء المؤسسات التي تتعاون معها المجموعة في تونس وفي الخارج.

يحيي السهرة عدد من الفنانين العرب أبرزهم **صابر الرباعي** و**أصالة نصري** وفرقة **Four Cats** اللبنانية وعدد من هواة الفن العاملين في شركات المجموعة. مع الاشارة الى أن إحدى شركات مجموعة "باطام" لها علاقة بالوسط الفني حيث تنتج وتوزع المنتجات الفنية من أشرطة واسطوانات، كما ترعى المجموعة عدداً من الفنانين أبرزهم **صابر الرباعي**.

والمعروف أن "باطام" التي تأسّست كشركة لتوزيع التجهيزات المنزلية في العام 1987 على أيدي الاخوة **ماهر والطيب وأكرم بن عياد**، سرعان ما تحوّلت الى مجموعة تضم شركات تعمل في اختصاصات متنوعة في الصناعة، التجارة، الخدمات، المطاعم، الزراعة، السياحة، السفر والمعلوماتية. وسجلت المجموعة نجاحاً فاق كل التوقعات في مجال التوزيع والسوبرماركت، حيث تعمل 11 شركة في هذا المجال تحت أسماء مختلفة أهمها "باطام" وبونبري، وبات لديها 127 فرعاً ومركز بيع في تونس و4 مراكز في المغرب، فيما يتوقع ان يرتفع العدد الى أكثر من 180 فرعاً قبل نهاية السنة الحالية.

ولعلّ أبرز عوامل نجاح المجموعة اعتمادها أسلوباً حديثاً في البيع بالتقسيط للمرة الأولى في تونس، وانتهاجها سياسة متشددة في مجال خدمة ما بعد البيع، ما سمح لها بالطموح في تصدير أول علامة تجارية تونسية الى الخارج فتمركزت في المغرب، فيما تدرس أسلوب تواجدها في الجزائر، مصر ولبنان وغيرها من البلدان العربية اضافة الى الاتفاق المهم الذي عقدته مع مجموعة Profurn من جنوب افريقيا التي تملك 535 نقطة بيع في 13 بلداً أفريقياً اضافة الى أوستراليا.

وتندرج فكرة السهرة التي تنظّمها المجموعة لموظفيها تحت عنوان "ثقافة المؤسسة" حيث تولي المجموعة أهمية كبرى لخلق روح الفخر والاعتزاز بالانتماء الى الوطن أولاً والى مجموعة "باطام" ثانياً، ويعترف أصحاب المجموعة بأن سر النجاح يكمن في هذا المجال.

ولا شك ان سهر أصحاب المجموعة على جعل المؤسسة عائلة كبرى تهتم بأفرادها هو أمر نادر في مؤسسات القطاع الخاص، فهي تتابع موظفيها عن كثب وتهتم بتطور حياتهم العملية والشخصية، فتتضامن معهم وتساعدهم في مختلف مراحل تطور أسرهم.



ماهر بن عياد

الطيب بن عياد

"غران توريزمو 3" جديد سوني

طرحت سوني الخليج لعبة "غران توريزمو 3" الخاصة بنظام الألعاب "بلاي ستيشن 2" الشهير في جميع أسواق الشرق الأوسط.

اللعبة الجديدة والتي تسمى اختصاراً GT3 تعدّ من الابتكارات التكنولوجية المهمة في قطاع برمجيات الألعاب الإلكترونية في العالم، كما أنها أول لعبة "بلاي ستيشن 2" تزخر بتقنية الغرافيكس الفائقة الجودة.

"GT3" تقدم أكثر سباقات السيارات واقعية وتوفّر تفاعلاً مثيراً بين اللعبة ومستخدمها.

مدير عام شركة سوني الخليج **يوشيهايد يوكويا** قال: "من المؤكّد أن طرح لعبة "غران توريزمو 3" الجديدة سيسهم في استغلال واستكشاف الإمكانيات الكبيرة الكامنة في الجيل الثاني من نظام الألعاب "بلاي ستيشن 2"، وتوقع أن تلقى لعبة GT3 إقبالاً كبيراً في أسواق الشرق الأوسط.





مدراء أقسام الإبداع في فورتشن بروموسفن

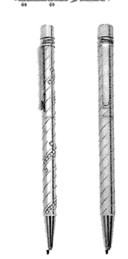
تجمّع في بيروت أكثر من 30 شخصاً يمثلون مدراء أقسام الإبداع في شبكة بروموسفن في ندوة استمرت لمدة يومين ركّزت على مناقشة تطورات صناعة الإعلان وصياغة اتجاهات جديدة.

وحضر جلسات الندوة كل من **ميلكا بوجليايني** نائب رئيس مجلس الإدارة ومدير الإبداع التنفيذي في وكالة "ماكان ايركسون"، و**أكرم مكناس** الرئيس التنفيذي لشبكة بروموسفن، و**دونالد كيلالي** نائب الرئيس التنفيذي لشبكة بروموسفن.

وبمناسبة انعقاد هذه الدورة قال **أكرم مكناس** الرئيس التنفيذي لـ بروموسفن القابضة: "أصبحت أقسام الابداع حجر الزاوية في تطور ونجاح أية وكالة دعاية وإعلان وهذا الإجتماع يمثّل بحد ذاته أضخم تجمع إبداعي من نوعه في قطاع الإعلان في المنطقة".

"ونحن في شبكة بروموسفن نسعى دائماً الى التطوير والإستثمار في أقسام الإبداع لدينا في جميع مكاتب بروموسفن التي يصل عددها إلى 17 مكتباً من أجل الإرتقاء بصناعة الإعلان إلى مستويات تتناسب مع تطلعات عملائنا في منطقة الشرق الأوسط".

معرض كارتييه Cartier للأقلام الكلاسيكية



تقيم كارتييه Cartier أول معرض لها في دبي للأقلام الكلاسيكية وهو الأول لها في منطقة الشرق الأوسط، ويُقام المعرض في مركز تسوّق بوليفارد الكائن في أبراج الإمارات خلال الفترة 17–12 أيلول / سبتمبر.

وهذا المعرض سيقدّم أرقى الأقلام الذهبية الفاخرة والتصاميم التي سادت في مختلف المراحل التاريخية.

تتضمن تشكيلة كارتييه أقلاماً نادرة وثمينة صنع بعضها بتكليف من شخصيات بارزة في المجتمع الراقي أمثال **هـ. روتشيلد ودبليو كيه فاندربلت**. وتتنوع نماذج التصميم المعروضة بين أقلام بيل ايبوك المصنعة كتحفة مجوهرات فنية فاخرة مروراً بالتصاميم التي تمثل سحر وأناقة الشرق المعروفة باسم "العشرينات الصاخبة" الى التصاميم العصرية التي اسلهمت منها أكثر التصاميم رواجاً على غرار الأقلام ذات العلامة التجارية ديابولو دي كارتييه Diabolo de Cartier والعلامة التجارية ماست Must.

مديرون

• عبد الله إسحاق



عيّنته شركة الخليج للحاسبات الآلية (GBM) أكبر مزوّد لخدمات وحلول تقنية الأعمال في منطقة الخليج والشرق الأوسط، مديراً عاماً لفرعها في البحرين.

إسحاق وهو بحريني الجنسية حاصل على مؤهل عال في هندسة الإلكترونيات من بريطانيا ويعمل في الشركة منذ نحو 16 عاماً تقلّد خلالها مناصب عدّة كان آخرها منصب مدير عام التسويق الذي شغله طوال خمس سنوات.

• محمد هادي

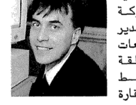




عيّن مديراً لمبيعات ماريوت العالمية للشرق الأوسط وافريقيا وشبه القارة الهندية.

مهام **هادي** تشمل التركيز على تعزيز نظام التوزيع الذي يُعد الأكثر تطوراً في المنطقة، وزيادة الحصة التسويقية لعلامات ماريوت. وهو يملك خبرة طويلة في حقل المبيعات والتسويق ويحمل شهادة تخصص في الشؤون المالية والتسويق من جامعات أميركا، والتحق بمجموعة ماريوت العام 1997.

• ميكيلي ماجروني



عيّنته شركة ماريوت العالمية مدير الحجوزات للمبيعات حول العالم لمنطقة الشرق الأوسط وافريقيا وشبه القارة الهندية.

ميكيلي سيقوم بتلك المهمة بشكل يومي من مكتب مبيعات ماريوت في دبي، وسيكون مسؤولاً عن ادارة أرقام ماريوت المجانية للحجوزات وخدمة العملاء والعلاقة مع وكلاء السياحة والسفر. و**ميكيلي** ايطالي الجنسية، تقلّد مناصب عدّة في مجال الفندقة، وهذا هو منصبه الأول في مجموعة ماريوت العالمية.

• تامر مسعود

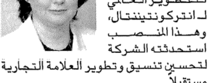
عيّن مديراً عاماً لمنتجع انتركونتيننتال بيراميدز بارك في القاهرة، وهو يحمل خبرة عريقة تمتد لأكثر من 30 عاماً في صناعة الضيافة شغل خلالها مناصب عديدة في فنادق ومنتجعات انتركونتيننتال شملت فروعها في الشرق الأوسط وافريقيا منها مدير مقيم في فندق الرياض انتركونتيننتال ومدير عام لـ فندق ريجنسي انتركونتيننتال البحرين، ومدير عام لـ فندق انتركونتيننتال اسمرة.

• بول سيمونز

أعلنت شركة Six Continents Hotels عن تعيين **بول سيمونز** نائباً للرئيس لمجموعة فنادق ومنتجعات انتركونتيننتال، وهذا المنصب جديد في الشركة.

وعمل **سيمونز** سابقاً مديراً في شركة موفيز اون ثه موف، وهي شركة ترفيه دولية، كما عمل في مناصب عديدة في ادارة وتسويق العلامات التجارية على مستوى المملكة المتحدة والعالم لشركات عالمية.

جاكلين مويس



عينت من قبل شركة Six Continents Hotels مديرة للتطوير العالمي لـ انتركونتيننتال، وهذا المنصب استحدثته الشركة لتحسين تنسيق وتطوير العلامة التجارية مستقبلاً.

وعملت **مويس** سابقاً كمديرة لتطوير الموارد البشرية ضمن فريق الموارد البشرية في شركة Six Continents Hotels. وعملت قبل ذلك كمديرة عالمية للتدريب والتطوير في مجموعتي فنادق ومنتجعات انتركونتيننتال وكراون بلازا.

تكريم أسامة الكردي في بيروت

أقام مدير عام مجموعة الإقتصاد والأعمال رؤوف أبو زكي مأدبة غداء في مطعم ميجانا (بيروت) تكريماً للمهندس أسامة الكردي أمين عام مجلس الغرف التجارية الصناعية في المملكة العربية السعودية، وذلك لمناسبة تعيينه عضواً في مجلس شورى الدولة في المملكة.

حضر المأدبة وزير الصناعة اللبناني جورج افرام، ومدير عام وزارة الاقتصاد والتجارة عصام حب الله، رئيس اتحاد غرف التجارة والصناعة في لبنان عدنان القصّار ورؤساء الغرف اللبنانية وجمعيات التجار والصناعيين والضمان وبعض الفعاليات الإقتصادية.

وجاء تعيين أسامة الكردي في مجلس الشورى السعودي تقديراً لنجاحه ولكفاءته في المراكز التي شغلها لا سيما في مجلس الغرف حيث كانت له بصماته في تفعيل وتطوير عمل المجلس وفي المؤتمرات والمنتديات العربية والدولية، وفي الإسهام الفاعل في العمل الاقتصادي العربي المشترك.

وجاء التقدير الثاني لـ أسامة الكردي من مجلس الغرف نفسه الذي أصرّ عليه الإستمرار في مهمته كأمين عام للمجلس على رغم تعيينه عضواً في مجلس الشورى.

ومجموعة الإقتصاد والأعمال التي عرفت الصديق أسامة عن كثب وعملت معه سنوات طويلة، وخبرت فعاليته وديناميته وكفاءته في مجالات عدة من خلال نشاطات مشتركة لها مع المجلس ومع مؤتمراتها المختلفة، تهنّىء الصديق أسامة الكردي وتتمنى له المزيد من النجاح والتقدم.



المأدبة



المحتفى به أسامة الكردي يتوسط عدنان القصّار (اليسار) ومحمد الزعتري



من اليمين : أسامة الكردي، الوزير جورج إفرام وعصام حب الله



من اليسار : محمد لمع، د. كمال الحايك، روبير دباس وجاك صراف



من اليمين : لطفي الزين، ابراهام ماتوسيان، الوزير السابق عادل حميه وعدنان القصّار



من اليمين : فؤاد حدرج، الزميل فيصل أبو زكي، رفلة دبانة ود. مكرم صادر



من اليمين : محمد الزعتري، أسامة الكردي، عصام حب الله ورؤوف أبو زكي

Offices and Representatives

Web Site: www.aiwa.com.lb

Exclusive Advertising Sales Representatives

LEBANON

Al-Iktissad Wal-Aamal
Minkara Center, Mme Curie St.
P.O.BOX: 113/6194 BEIRUT
TEL: 00 961 1 864139 - 864267 - 353577/8/9
FAX: 00 961 1 354952
Email: iktissad@iktissad com

SAUDI ARABIA

Al-Iktissad Wal-Aamal
Dar Al Watan
P.O BOX: 5157
RIYADH 11422
TEL 966 1 4778624
FAX: 966 1 4784946
Email: aiwaksa@nesma.net.sa

U.A.E.

Al-Iktissad Wal-Aamal
P.O.BOX: 55034
DEIRA - DUBAI
TEL: 00 971 4 294 1441
FAX: 00 971 4 294 1035
Email: aiwa@emirates.net.ae

FRANCE

Al-Iktissad Wal-Aamal
C/O Butec
22, Rue La Boetie
75008 PARIS
TEL: 00 33 1 42 66 92 71
FAX: 00 33 1 42 66 92 75

KUWAIT

BOBYAN ECONOMIC CONSULTANTS
P.O.BOX: 22955 SAFAT
13090 KUWAIT
TEL: 965 2416647 - 2441231
FAX: 965 2416648

YEMEN

SURWAH ADV. & TOURS
YEMEN - 35 HADDA St.
P.O.Box: 1990 - SANA'A
TEL: 967 1 265132 - 276072
FAX: 967 1 275895

Local Media Representatives

JAPAN

SHINANO INT'L
AKASAKA KYOWA BLDG
1-16-14 AKASAKA
MINATO - KU, TOKYO 107
TEL: (813) 35846420
FAX: (813) 35055628

RUSSIAN FEDERATION & CIS

LAGUK CO.
Krasnokholmskaya Naberezhnaja
Dom 11/15, App. 132
109172 Moscow, Russian Federation
Tel : +7-095-911 2762, 912 1346
Fax: +7-095-912 1260, 261 1367

SOUTH KOREA

BISCOM
RM 521, MIDOPA BLDG.
145, DANGJU-DONG
CHONGNO-GU, SEOUL. 110-071
KOREA
P.O. BOX 1916 SEOUL, 110-619
KOREA
TEL: (82-2) 739-7841
FAX: (82-2) 7323662

SWITZERLAND

LEADERMEDIA S.A.
CASE POSTALE 166,
ROUTE D'ORON 2
CH-1010 - LAUSANNE 10
TEL: (21) 653 50 71
FAX: (21) 652 12 90

UNITED KINGDOM

POWERS INTERNATIONAL LTD.
100 ROCHESTER ROW
LONDON SW1P 1JP
TEL : (00-44-207) 630 9966
FAX: (00-44-207) 630 9922

U.S.A

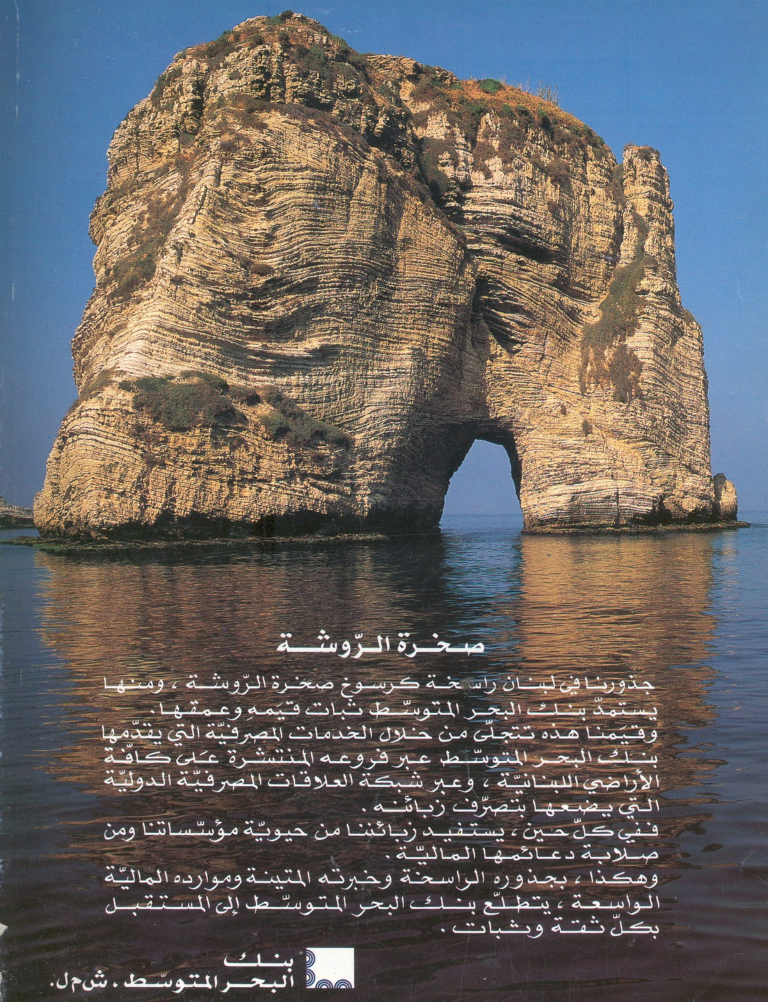
THE N. DE FILIPPES CORPORATION
130 WEST 42 STR SUITE 804
NEW YORK, NY 10036 - 7802
TEL: (212) 391 0002
FAX: (212) 391 7666
E - MAIL: delstella@aol com

OTHER COUNTRIES (*)

PUBLICITAS INTERNATIONAL
AVENUE DES MOUSQUINES 4
CH - 1005 LAUSANNE,
SWITZERLAND
TEL : (41 - 21) 213 61 31 FAX: (41 - 21) 213 62 22
Email: pid.hq@publicitas.com

(*) Including: GERMANY, ITALY, BELGIUM, SPAIN, FRANCE AUSTRIA, NETHERLANDS, GREECE, AUSTRALIA, PHILIPPINES, SINGAPORE AND MALAYSIA.

Advertisers' Index


صخرة الرّوشة
جذورنا في لبنان راسخة كرسوخ صخرة الرّوشة ، ومنها
يستمدّ بنك البحر المتوسّط ثبات قيَمه وعمقها .
وقيَمنا هذه تتجلّى من خلال الخدمات المصرفيّة التي يقدّمها
بنك البحر المتوسّط عبر فروعه المنتشرة على كافّة
الأراضي اللبنانيّة ، وعبر شبكة العلاقات المصرفيّة الدوليّة
التي يضعها بتصرّف زبائنه .
ففي كلّ حين ، يستفيد زبائننا من حيويّة مؤسّساتنا ومن
صلابة دعائمها الماليّة .
وهكذا ، بجذوره الراسخة وخبرته المتينة وموارده الماليّة
الواسعة ، يتطلّع بنك البحر المتوسّط إلى المستقبل
بكلّ ثقة وثبات .
بنك
البحر المتوسّط . ش.م.ل.